

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**QUAL É O *LANCE*!**  
**ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA**  
**DA COPA DO MUNDO DE 2014**

**MARIA CLARA AMARANTE MODESTO**

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**QUAL É O *LANCE!***  
**ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA**  
**DA COPA DO MUNDO DE 2014**

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**MARIA CLARA AMARANTE MODESTO**

**Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga**

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Qual é o Lance! Análise da Cobertura Jornalística da Copa do Mundo de 2014**, elaborada por Maria Clara Amarante Modesto.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ

Prof. Fernando Ewerton Fernandez Junior  
Doutor em Ciência da Informação pela Escola de Comunicação – UFRJ/IBICT

Prof. Gabriel Collares Barbosa  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

## FICHA CATALOGRÁFICA

MODESTO, Maria Clara Amarante.

Qual é o *Lance!* Análise da cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014. Rio de Janeiro, 2014.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientador: William Dias Braga

MODESTO, Maria Clara Amarante. **Qual é o *Lance!* Análise da cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014.** Orientador: William Dias Braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## **RESUMO**

Esse trabalho se organiza e busca refletir sobre as condições de produção e desenvolvimento dentro do campo do jornalismo esportivo brasileiro. O objeto de estudo é o jornal *Lance!*, diário esportivo criado em 1997 e que se mantém até hoje como um dos 15 maiores jornais pagos em circulação do Brasil segundo a ANJ (Associação Nacional de Jornais). Para isso, foram coletadas e analisadas as edições impressas do jornal durante o período da Copa do Mundo de 2014 e o foi realizada uma entrevista com o fundador e editor do periódico, Walter de Mattos Junior. O projeto inclui ainda uma revisão bibliográfica sobre a história do jornalismo esportivo no país desde quando esse era considerado pelos intelectuais como um gênero menor e um resumo sobre todas as edições da Copa do Mundo.

MODESTO, Maria Clara Amarante. **Qual é o *Lance!* Análise da cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2014.** Orientador: William Dias Braga. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

### **ABSTRACT**

This paper proposes a reflection about the condition of production and development in the field of Brazilian's sports journalism. The newspaper studied in this particular work is *Lance!*, which was created in 1997 and still is until today one of the fifteen larger payed newspaper in Brazil, according to ANJ (National Newspapers Association). To achieve this goal, editions of the daily were collected and analysed, prioritizing the ones that were in circulation during the 2014's World Cup. The research still included an interview with the founder and editor of *Lance!*, Walter de Mattos Junior. Furthermore, this paper contains a bibliographic review about the history of sports journalism in Brazil ever since it was considered by intellectuals as a small genre. In conclusion, and analyses of all editions in World Cup is made, in the purpose of achieving the initial goal.

A minha família,

## **AGRADECIMENTOS**

Aos meus pais

Ao meu irmão

Aos meus avós

A todos os que foram meus professores

Ao meu orientador, William, por ter aceito o convite para ser meu guia nessa jornada

Ao Walter de Mattos Junior, pela entrevista concedida

A Raquel e suas monitoras pela ajuda e orientações na disciplina

Aos meus amigos do coração

A todos a quem nunca tive a oportunidade de agradecer,



“Disciplina é liberdade  
Compaixão é fortaleza  
Ter bondade é ter coragem”

(Renato Russo)

## ÍNDICE

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2 A ASCENSÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO .....</b>	<b>7</b>
2.1 O surgimento dos primeiros suplementos .....	7
2.2 A consolidação do jornalismo esportivo no Brasil .....	12
2.3 A criação do jornal <i>Lance!</i> .....	16
<b>3 A COPA DO MUNDO .....</b>	<b>24</b>
3.1 O surgimento do campeonato mundial de futebol .....	24
3.2 A Copa do Mundo como fenômeno midiático .....	32
<b>4 COBERTURA JORNALÍSTICA DO <i>LANCE!</i> NA COPA DO MUNDO DE 2014 .....</b>	<b>38</b>
4.1 Regulamento da Copa do Mundo de 2014 .....	41
4.2 Análise da cobertura jornalística .....	42
4.2.1 Primeira edição .....	42
4.2.2 Primeira rodada da fase de grupos .....	43
4.2.3 Segunda rodada da fase de grupos .....	46
4.2.4 Terceira rodada da fase de grupos .....	48
4.2.5 Oitavas de final .....	49
4.2.6 Quartas de final .....	51
4.2.7 Semifinais .....	51
4.2.8 Terceiro lugar e final .....	53
4.3 Capas selecionadas – do ufanismo a indignação .....	56
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>59</b>
<b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	
<b>7 ANEXOS</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

No Brasil, apesar do sucesso do futebol e outros esportes como o vôlei entre os torcedores, quase não há registro sobre o jornalismo esportivo nos principais compêndios e manuais do jornalismo brasileiro. Em importantes obras como “A história da imprensa no Brasil”, de Nelson Werneck Sodré, há apenas uma referência solitária à *Gazeta Esportiva*. Não há qualquer outra menção aos demais jornais e revistas de esportes ao longo da obra.

O futebol não era bem visto pelos intelectuais brasileiros como Graciliano Ramos que no início do século XX afirmou que “futebol não se pega, tenho certeza; estrangeirices não entram facilmente na terra do espinho”<sup>1</sup>.

Juca Kfoury em um de seus estudos realizado em 2004 identificou um preconceito arraigado nas redações do século XX que associavam o público leitor de esportes a um menor poder aquisitivo e a uma baixa capacidade intelectual.

O preconceito com o jornalismo esportivo vem diminuindo nas últimas décadas ainda que não tenha sido completamente extinto. Por outro lado, as pesquisas acadêmicas envolvendo jornais e revistas esportivas têm aumentado significativamente.

Esse trabalho é mais um que se organiza e busca refletir sobre as condições de produção e desenvolvimento dentro do campo do jornalismo esportivo brasileiro. Para tal, a pesquisa se orienta a partir da análise do jornal *Lance!*, diário esportivo criado em 1997 pelo economista Walter de Mattos Junior e que se mantém até hoje como um dos 15 maiores jornais pagos em circulação do Brasil segundo a ANJ (Associação Nacional de Jornais).

O *Lance!* é um caso peculiar na imprensa brasileira: foi o primeiro grande jornal diário lançado no Brasil em quase 20 anos, fruto de um projeto de mídia financiado integralmente por investidores ligados ao mercado financeiro. Todo em cores e em formato tabloide, o diário praticamente não encontra concorrentes dentro do jornalismo esportivo impresso no país depois das crises que atingiram a *Gazeta Esportiva* e o *Jornal dos Sports*, situação essa que culminou com o fechamento da primeira em 2001. Nesse período, chegou a ser lançado no Brasil a versão brasileira do jornal *Marca*, da

---

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd10/palha1.htm> Acesso em 09/11/2014.

Espanha, mas o projeto também não obteve sucesso e foi encerrado dois anos após seu lançamento.

Dentre as inúmeras possibilidades de linhas de pesquisa envolvendo o *Lance!*, a opção escolhida foi a de analisar a cobertura do jornal durante a Copa do Mundo de 2014. Ou seja, o objetivo é analisar como se deu a cobertura jornalística do principal diário esportivo impresso do país durante a Copa. Quais foram os temas que o jornal privilegiou? Houve algum tema silenciado ou ignorado pelo jornal? Em um evento tão midiático, assistido por bilhões de pessoas e que conta com a cobertura de jornalistas e profissionais de todo o mundo, quais foram as estratégias adotadas pela versão impressa do *Lance!* para se diferenciar da concorrência? Essas são algumas das discussões que impulsionam o desenvolvimento da pesquisa. Uma das hipóteses levantadas ao longo do trabalho é a de que, com a Copa sendo disputada no próprio país de origem do jornal, a linha editorial do veículo, geralmente bastante combativa em relação aos rumos tomados pelos dirigentes esportivos do país, sobretudo da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), tenha sido alterada e suavizada.

Esta pesquisa é baseada nas referências teóricas feitas sobre revisão bibliográfica sobre a história do jornalismo esportivo no Brasil que ajudam a contextualizar e traçar as bases para a criação e surgimento do *Lance!* e na análise hemerográfica das edições impressas do jornal publicadas entre 10 de junho (dois antes do início oficial da Copa do Mundo) e 14 de julho (dia seguinte à final da competição).

A metodologia dessa pesquisa é desenvolvida a partir da coleta das edições impressas do jornal que facilitam a análise do material estudado. Por se tratar de uma quantidade significativa de jornais a serem analisados (mais de 30 edições), é necessária uma organização do material para que se possa chegar a resultados mais conclusivos. Inicialmente, a ideia era dividir o material por semana para então analisá-lo. Contudo, durante o desenvolvimento dessa pesquisa, uma nova opção foi pensada e se mostrou mais eficaz. Assim, os jornais são divididos não mais pelos dias da semana, mas de acordo com as fases da Copa do Mundo, segundo o regulamento da competição em 2014. A organização é feita com base na tabela da competição (que pode ser conferida nos anexos desse trabalho) e com as datas dos jogos de cada rodada. Por exemplo, a primeira rodada da fase de grupos aconteceu entre os dias 12 e 16 de junho. Os jornais correspondentes a esses dias são agrupados em um mesmo grupo e analisados. O procedimento é repetido rodada por rodada a saber: primeira rodada da primeira fase,

segunda rodada da primeira fase, terceira rodada da primeira fase, oitavas de final, quartas de final, semifinal e disputa de terceiro lugar e final.

Como a cobertura do *Lance!* para a Copa do Mundo de 2014 começa em 10 de junho, dois dias antes da abertura oficial do evento, também é feita uma análise dessa primeira edição que adota um novo projeto gráfico. A análise desse primeiro exemplar é importante e antecipa algumas das características da cobertura feita pelo jornal durante a competição.

Além da coleta e análise dos jornais no período, os procedimentos metodológicos contemplam ainda uma entrevista feita com o fundador e presidente do Grupo *Lance!*, o economista Walter de Mattos Junior, feita na sede carioca do jornal três meses depois da realização do Mundial no Brasil. Os principais trechos da entrevista permeiam e servem para embasar essa pesquisa. Desta forma, esse trabalho acadêmico procura ouvir também a voz oficial de um representante do objeto de estudo, no caso Walter de Mattos Junior, na figura de fundador e presidente do diário. Além de criador do jornal, ele também esteve presente pessoalmente na cobertura de todas as cinco Copas do Mundo que tiveram cobertura do *Lance!* até hoje (1998, 2002, 2006, 2010 e 2014) e foi o principal responsável pelo planejamento dessa última edição.

Essa pesquisa é organizada em três capítulos, além da introdução e da conclusão. No capítulo 2, há um panorama histórico do jornalismo esportivo no Brasil que vai desde o século XIX até a criação do *Lance!* em 1997. O estudo sobre as origens do jornalismo esportivo no país ajuda a entender a própria história da imprensa brasileira e a identificar as condições socioeconômicas e culturais do período que o *Lance!* foi criado. O capítulo começa mostrando o desenvolvimento dos primeiros esportes no país ainda no século XIX com as touradas, passando pelo remo e o turfe, além de mostrar como essas práticas esportivas eram abordadas pelos jornais da época. É interessante observar a mudança e o espaço destinado na imprensa brasileira aos esportes ao longo de dois séculos. O capítulo também aborda a chegada e o início do futebol no país e as dificuldades enfrentadas pelos repórteres da época, acostumados a escrever sobre as corridas de cavalo e as regatas de remo, em cobrir um novo esporte. A popularização do futebol no país, a chegada do rádio, da televisão e a criação nos principais jornais do país de uma editoria fixa destinada aos esportes também são assuntos abordados em um panorama década a década do desenvolvimento e consolidação do jornalismo esportivo brasileiro. A criação do jornal *Lance!* também merece destaque nessa parte da pesquisa

que conta os antecedentes do nascimento do jornal e alguns dilemas enfrentados pelas primeiras equipes do diário.

Para traçar esse panorama histórico da imprensa esportiva brasileira essa pesquisa dialoga com vários autores, principalmente Victor Andrade de Mello que estudou sobre a relação entre esporte e imprensa no Rio de Janeiro do século XIX, André Ribeiro que traça uma importante linha do tempo da imprensa esportiva brasileira década a década em “Os donos do espetáculo”, Mauricio Stycer, que defendeu sua tese de Mestrado no Departamento de Sociologia da USP sobre a história do *Lance!*, pesquisa essa que depois foi publicada em livro pela Alameda Editorial.

O capítulo 3 é destinado a Copa do Mundo. Primeiramente, conta-se a história e os antecedentes do evento, que teve sua primeira edição disputada em 1930 no Uruguai. Há também um breve resumo de todas as edições do evento em que se procura não só relatar o vencedor de cada competição, mas também pontuar o contexto histórico e o panorama político de cada torneio e as inovações tecnológicas que foram surgindo ao longo das décadas. A história do torneio, que começou com 13 participantes e sofrendo boicotes das principais seleções europeias como a Inglaterra, ajuda a entender como a Copa do Mundo ganhou o gigantismo que tem hoje e se tornou um produto, um espetáculo de mídia consumido por bilhões de pessoas em todo o planeta.

O capítulo 3 também procura dialogar com outros acadêmicos e autores que já abordaram o tema, principalmente com o historiador Rubim Aquino que aborda todas as edições do evento até 2002 em seu livro “Futebol, uma paixão nacional” e Lycio Vellozo Ribas que em “O mundo das Copas”, traz uma obra com mais de 500 páginas com curiosidades, momentos históricos e os principais lances de todas as edições do evento. Para abordar a Copa do Mundo como um produto midiático essa pesquisa consultou a obra de Guy Debord e variadas teses e dissertações, além de reportagens atuais que saíram no último ano nos principais sites e jornais brasileiros<sup>2</sup>.

O capítulo 4 é destinado à análise das edições coletadas do jornal *Lance!* entre os dias 10 de junho (primeira edição com o novo projeto gráfico para a Copa) a 14 de julho (dia seguinte à final da competição). Além das edições impressas, outros dois elementos são analisados. O primeiro trata-se de um exemplar do dia 23 de abril, 50 dias antes da abertura do evento, que traz um caderno especial de oito páginas sobre a

---

<sup>2</sup> A lista completa de autores e sites pode ser consultada nas Referências Bibliográficas dessa pesquisa

Copa. O segundo é um encarte especial, anexado junto a uma das edições diárias, que apresenta cobertura do Grupo *Lance!* para a Copa de 2014.

A análise da cobertura jornalística do diário é feita em partes, de acordo com cada uma das fases da Copa do Mundo de 2014. Para facilitar o entendimento e organização dessa análise, o capítulo 4 também apresenta uma explicação sobre o regulamento da competição<sup>3</sup>. Além das descobertas e análises feitas sobre os jornais, esse parte da pesquisa também é complementada com trechos da entrevista realizada com Walter de Mattos Junior.

A ideia de entrevistar o fundador e presidente do *Lance!* surgiu logo que essa pesquisa começou a tomar forma. O contato foi feito algumas vezes por *e-mail*, a maior parte delas sem sucesso. Quando finalmente houve uma sinalização positiva do entrevistado, a reunião foi marcada para o mês seguinte tendo em vista que Walter de Mattos Junior iria realizar uma viagem para o exterior.

A entrevista se realizou no final do mês de outubro dentro da própria sede do jornal *Lance!* no Rio de Janeiro. Na ocasião, a pesquisa e a análise dos jornais já estavam adiantadas, então foi importante compartilhar as impressões feitas a partir desse trabalho e confrontá-las com as interpretações e reflexões do próprio Walter de Mattos Junior.

O objetivo dessa entrevista é buscar entender como se deu o planejamento do *Lance!* para Copa do Mundo de 2014 e como, passado o evento, Walter de Mattos Junior avaliou a cobertura do jornal. Questões como o novo projeto gráfico, a parceria com os jornais estrangeiros e as mudanças no papel do jornalista esportivo nos últimos anos também são abordadas.

O capítulo 4 traz ainda uma breve análise das capas do jornal<sup>4</sup> durante o período da Copa do Mundo, mostrando a mudança na forma de tratamento do *Lance!* com a seleção brasileira durante o torneio. As capas nesse período recebem um tratamento especial por parte da direção do periódico e renderam duas indicações ao prêmio Esso de jornalismo na categoria “Primeira página”.

Os anexos dessa pesquisa contam com algumas tabelas: a da Copa do Mundo de 2014 e uma com o perfil do público leitor do *Lance!*. Para ilustrar melhor essa pesquisa, junto a essa monografia também são entregues para cada integrante da banca três

---

<sup>3</sup> A tabela completa com todos os resultados da competição pode ser consultada nos Anexos dessa pesquisa

<sup>4</sup> Todas as capas do jornal no período podem ser conferidas em [http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Capas-Copa\\_5\\_1162133778.html](http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Capas-Copa_5_1162133778.html). Acesso em 09/11/2014.

exemplares do *Lance!* durante a Copa: as edições dos dias 10 de junho (a primeira com o novo projeto gráfico), 12 de junho (data da estreia do Brasil na competição) e 14 de julho (dia seguinte a final do torneio).

Desta forma, analisa-se a história do jornalismo esportivo no Brasil e nas Copas do Mundo para ajudar a compreender melhor o contexto de surgimento do *Lance!* e como se dá a cobertura do diário durante o evento realizado em 2014.

Como é feita a cobertura de um dos principais eventos do mundo realizado no Brasil pelo principal jornal esportivo desse país? Quais são os desafios da cobertura jornalística de um diário impresso de um evento tão midiático em um mundo cada vez mais multimídia? A análise das matérias e reportagens coletadas durante a Copa do Mundo de 2014 ajuda a responder essas e outras perguntas.

Essa pesquisa não pretende chegar a uma única resposta definitiva e correta sobre o tema, mas sim propor reflexões acerca do fazer jornalístico, ampliando o debate sobre a imprensa esportiva brasileira, assunto que por anos foi relegado pelos principais acadêmicos e historiadores do país.



## 2 A ASCENSÃO DO JORNALISMO ESPORTIVO

Apesar de hoje a maior parte da cobertura esportiva nos jornais ser dedicada ao futebol, isso nem sempre ocorreu no Brasil.

Para Victor Andrade de Melo (2001), foi no Rio de Janeiro do século XIX que se estruturou primeiramente o campo esportivo do país. Com a chegada da família Real portuguesa ao Rio em 1808, surgiu também a ideia de esporte relacionada a uma nova dinâmica de diversão e de vivências públicas.

André Ribeiro (2007) defende que o jornalismo esportivo no Brasil nasceu em 1856 com *O Atleta* que indicava receitas para o aprimoramento físico dos cariocas.

### 2.1 O surgimento dos primeiros suplementos

Um dos primeiros esportes a se desenvolver no país foram as touradas. Elas já eram realizadas no Brasil desde o século XVIII, mas é no século XIX que ganham espaço nas festividades promovidas por representantes da Corte.

A família Real era criticada na época pelos gastos com as festas públicas, que eram vistas como “desperdício de dinheiro”. Contra as touradas também pesava a brutalidade da prática. O escritor Machado de Assis, por exemplo, em crônica publicada em 15 de março de 1877 na *Gazeta de Notícias* dizia “prefiro comer o boi a vê-lo na praça. Não sou homem de touradas; se é preciso dizer tudo, detesto-as”.

Nos jornais e revistas do século XIX existiam, basicamente, duas formas de divulgação de um evento esportivo. Uma delas era feita pelo próprio jornal, que publicava notícias sobre os programas e regulamentos em geral. Com passar do tempo, conforme os jornalistas foram compreendendo melhor as atividades esportivas, as informações ficaram mais detalhadas e os próprios clubes e responsáveis pela promoção dos eventos passaram a pagar anúncios convidando o público para as competições.

Victor de Andrade Melo (2012) destaca que até o final do século XIX ainda não havia um espaço específico para as notícias esportivas, que se misturavam com as informações comerciais, de política e de economia.

Apesar das críticas, as touradas tinham espaço na imprensa da época. Em 1896, foi lançado o periódico *Sol e Sombra* que se intitulava como órgão oficial da arte “tauromáquica”. A *Revista da Semana*, importante semanário com enfoque político

editado a partir de 1900, também costumava publicar fotografias de toureiros em suas páginas.

Com a volta de grande parte da família Real a Portugal, inclusive o rei D. João, houve uma importação de modismos e de bens culturais europeus como, por exemplo, o hábito de estruturar clubes e organizar competições esportivas.

Mas é a partir de 1847 que se observa um avanço decisivo na forma como as corridas eram tratadas na imprensa. O anúncio em forma de manifesto publicado no *Jornal do Commercio*, folha que também se debruçava sobre a política, semeou as bases para o primeiro clube de turfe do Brasil, o Clube de Corridas, ajudando no desenvolvimento do esporte no país.

Outro periódico que dedicou parte de suas páginas ao esporte foi o *Jornal do Brasil*. Em seu segundo exemplar, em 10 de abril de 1891, foi publicada a coluna “Sport” com três notícias sobre o turfe: dois comunicados de chegada de cavalos vindos da Europa e um sobre provas que seriam realizadas no Hipódromo Nacional. Durante muitos anos, esse era o modelo adotado na divulgação de notícias esportivas: comunicados, programas, resultados de corrida de cavalos e notas sobre outros esportes.

O interesse pelo turfe pode ser explicado pela importância ocupada na sociedade pelos cavalos, que serviam como meios de transporte e de pessoas. O turfe era um espetáculo em que se podia ver e ser visto e os hipódromos eram os locais ideais para isso.

Com o crescimento do interesse do público pelo tema, o *Jornal do Brasil* criou novas seções sobre esportes. Em 1893, por exemplo, “Avisos Sportivos” divulgava notícias relacionadas às apostas e, dois anos depois, surgiu a coluna “Vida Sportiva”.

No final do século XIX, conforme novas modalidades iam surgindo, o *Jornal do Brasil* foi abrindo também mais espaços a elas. No final do século, o remo passou a dividir com o turfe o posto de esporte mais divulgado. Os banhos de mar eram vistos como exercícios físicos ligados a melhoria do padrão estético do corpo.

Assim, essa nova aceitabilidade no que se refere à exposição corporal, a valorização da ideia de saúde e a ocupação das praias com outros sentidos que não somente terapêuticos, dimensões com certeza bastante articuladas, semeiam as condições para que o remo finalmente se desenvolvesse (MELO, 2009: 58).

Nos finais do século XIX e no início do século XX, o remo tornou-se uma febre no Rio de Janeiro e tinha até um periódico próprio: *A Canoagem*. Em São Paulo, o remo

se estruturou no final do século XIX com a criação do Clube Regata Santista (em 1893), o Clube Internacional de Regatas (1898) e o Esperia (1899).

Com a intensificação da relação entre o esporte e a imprensa, surgiram novas publicações no final do século XIX que podem ser divididas, basicamente, em três categorias: os suplementos dedicados ao tema, como por exemplo, *Sport Nautico*, lançado em 1902 como parte da *Revista da Semana*; jornais e revistas ligados ao entretenimento que destacam o assunto no título, como o *Petit Sport, semanário sportivo e teatral*, lançado em 1895 e os periódicos especificadamente dedicados ao tema, como a *Semana Sportiva*, de 1894.

Grande parte desses periódicos foi lançada por iniciativa de pessoas ligadas ao campo esportivo que pretendiam ver as práticas mais reconhecidas e difundidas. Assim, muitos desses jornais e revistas tiveram poucos fascículos, pois não havia um número de interessados suficientes para garantir a publicação.

Mas o surgimento de um novo esporte disputado com uma bola ia mudar completamente a histórias do esporte e da imprensa esportiva.

Segundo Rubim Santos Leão de Aquino (2002), na China por volta de 200 a.C já se praticava o *tsutchu*, palavra chinesa que significa “golpe com a bola no pé”. O *tsutchu* era praticado em três modalidades e na principal dela um único jogador fazia malabarismos com a bola. No Japão existia atividade semelhante: o *kemari*, também uma exibição de habilidades com a bola no pé. Já os romanos praticavam o *harpastum*, jogo disputado com uma bola de couro em um campo retangular com uma linha divisória no meio e duas nas extremidades. A bola tinha que passar por todos os jogadores até que um deles arremessasse e marcasse um ponto. Havia também jogos com bola na América pré-colombiana e na Idade Média.

O nascimento do futebol, mais parecido com o que conhecemos hoje, começa a se normatizar no século XIX com os ingleses. No dia 26 de outubro de 1863, nasceu o *football association* quando representantes de clubes e escolas inglesas se reuniram e fundaram a *Football Association*, responsável por criar as regras do esporte e difundi-las. Até hoje, há um órgão semelhante que detém o monopólio das decisões das alterações nas regras do futebol: a *International Football Association Board*.

No Brasil, registros apontam que o futebol já era praticado em terras brasileiras por estrangeiros e tripulantes de navios mercantis desde 1864. No entanto, o futebol moderno surgiu com Charles Miller, brasileiro filho de pais ingleses e que aos nove anos foi estudar e morar na terra dos pais. Na Inglaterra, Miller frequentou escolas em

que os jovens praticavam futebol. De volta ao Brasil, em São Paulo no ano de 1894, ele trouxe na bagagem duas bolas de couro, camisas, chuteiras e calções.

Cinco meses após o desembarque no Brasil, Miller organizou o primeiro jogo oficial entre duas equipes: o *São Paulo Railway Team* contra o *Gas Work Team*. O evento, que entrou para a história como o primeiro jogo organizado, não teve a presença de nenhum fotógrafo ou jornalista.

Emplacar pautas ao futebol naquele cenário de São Paulo era muito difícil. Mas fechar os olhos para o crescimento do futebol nas várzeas parecia um grave erro de avaliação dos principais jornais da época (RIBEIRO, 2007: 23).

Durante a organização dos campeonatos de futebol, Charles Miller conheceu e ficou amigo de Mário Cardim, repórter d'*O Estado de São Paulo* que teria papel importante na divulgação do futebol na imprensa.

Os jornais cariocas também não costumavam divulgar as notícias ligadas ao futebol. Havia apenas dois clubes na cidade: o *Paysandu Cricket Club* e o *Rio Cricket and Athletic Association*. O primeiro jogo entre as duas equipes rendeu uma pequena nota no dia 22 de setembro de 1901 na coluna “Sport” no *Correio da Manhã*. Na ocasião, ocorreu um fato curioso: acostumado a cobrir os esportes que tinham um vencedor, como o remo e o turfe, o jornalista escalado para a cobertura escreveu que “o placar esteve indeciso” (PEREIRA, 2000: 24).

Em outubro de 1901, Mário Cardim escreveu para o *Estado de São Paulo* as resenhas de dois jogos disputados entre o São Paulo e *Rio Cricket*. Cardim, utilizando de sua influência junto aos colegas de profissão, divulgou também o evento para os jornalistas cariocas. O *Jornal do Brasil* e o *Correio da Manhã* noticiaram a exibição do jogo, dando um impulso ao esporte na capital da República.

O bem sucedido encontro entre cariocas e paulistas e a repercussão nos jornais das duas cidades acelerou o processo de criação da Liga de Futebol de São Paulo, entidade encarregada de organizar e difundir o futebol nas elites paulistas. Para André Ribeiro (2007), a criação da Liga em 1902 foi um marco na imprensa esportiva, pois a partir de então o futebol virou notícia nas páginas dos principais jornais.

As redações, contudo, não estavam preparadas para o novo tema. O mesmo jornalista que escrevia sobre outras editorias também era o responsável pelas notícias esportivas. Nas poucas matérias assinadas (a maioria usava pseudônimo), as reportagens não discorriam sobre os acontecimentos dentro de campo. “O jogo em si não era importante” (RIBEIRO, 2007: 25). Os fotógrafos das partidas, por exemplo, estavam

mais preocupados em registrar as presenças e as vestimentas do público do que os lances do jogo. Mas quando o repórter tentava descrever o jogo, o resultado era um texto confuso e longo, com matérias de até vinte parágrafos, como a publicada no *Correio Paulistano* em 1903 em que o jornalista confessava: “descrever minuciosamente o jogo é tarefa árdua, se não impossível, pois tantos e múltiplos seriam os fatores a narrar” (MARQUES *apud* RIBEIRO, 2000: 29).

Mário Cardim tornou-se a principal referência da imprensa esportiva do início do século XX em São Paulo. No Rio de Janeiro, a *Gazeta de Notícias* percebeu a popularidade do esporte e decidiu investir no segmento com uma seção fixa diária batizada de *Gazeta dos Sports*. O diário ficou conhecido por ser o “órgão oficial” da Liga Metropolitana de Futebol, que seria a responsável pela organização do primeiro Campeonato Carioca em 1906.

O foco da notícia também se ampliava. Com jornais específicos, começaram a surgir notícias dos bastidores, envolvendo as vidas dos protagonistas do espetáculo. Jogadores tratados como ídolos de suas torcidas passavam a ter suas vidas investigadas. No Rio de Janeiro, alguns jogadores que eram vistos “paquerando” moças pelas esquinas viravam assunto nas páginas esportivas do dia seguinte (RIBEIRO, 2007: 35).

Com o crescimento da popularidade do futebol, os principais jornais do país começaram a empregar repórteres em tempo integral. Em 1912, o *Jornal do Brasil* passou a ter uma página exclusiva para esportes e no ano seguinte o *Correio da Manhã* patrocinou uma competição entre paulistas e cariocas.

Para André Ribeiro, a cobertura dos jornais, especialmente as dos diários paulistas, era “tendenciosa” (2007: 46). As páginas de esporte de *O Estado de São Paulo*, por exemplo, eram quase todas dedicadas ao Paulistano, clube da elite cafeeira. Enquanto isso, o Palestra Itália (que daria origem ao atual Palmeiras), time dos imigrantes italianos, quase não tinha espaço nas publicações, a não ser naquelas voltadas aos italianos, como a *Fanfulla*.

Em 1919, o Brasil conquistou o Sul-Americano de futebol com gol de Friedenreich, filho de um alemão com uma mulata brasileira, justamente no momento em que os jornais discutiam a participação dos negros no futebol. A vitória mobilizou grande parte da imprensa, como o jornal *A Noite* que estampou na capa a foto do pé do jogador. Já o carioca *O Paiz* instalou em sua fachada um painel que informava o andamento da partida e uma multidão foi até a sede do jornal para acompanhar. O

futebol substituía as notícias de remo e turfe que dominavam o noticiário no início do século.

## 2.2 A consolidação do jornalismo esportivo no Brasil

Na década de 1920, o rádio surgiu no Brasil, mas como a maioria dos aparelhos era importada, poucos brasileiros tinham acesso ao produto. As primeiras rádios não transmitiam partidas ou notícias esportivas, apenas liam recortes de jornais.

No final da década, a família Rodrigues assumiria um importante papel na consolidação da imprensa esportiva brasileira. Mário Rodrigues, advogado pernambucano e que trabalhava com jornalismo político, mudou-se com toda a família para o Rio. Em 1925, após trabalhar como editorialista no *Correio da Manhã*, ele fundou seu próprio jornal chamado *A Manhã* empregando membros de sua família, como Mário Filho.

Mário Filho logo assumiu a editoria de esportes do jornal e promoveu mudanças que permanecem até hoje na imprensa brasileira. Com ele, por exemplo, as entrevistas deixavam de ser extremamente formais para apresentar uma linguagem “nova, simples e vibrante” (ANTUNES *apud* RIBEIRO, 2007: 68) lembrando a voz das arquibancadas de futebol e as tradicionais fotos dos jogadores perfilados foram substituídas por imagens dos atletas em ação.

Com a crescente popularidade do futebol, alguns jornalistas, como Argemiro Bulcão, se queixavam da falta de espaço para divulgação do noticiário esportivo. Uma pesquisa divulgada na época mostrava que a imprensa esportiva era a que mais havia crescido desde 1912, de cinco para 58 jornais, um aumento de 1.060% (PEREIRA *apud* RIBEIRO, 2007).

Para André Ribeiro “o futebol no início da década de 1930 fazia vender qualquer coisa” (2007: 35). Percebendo isso, Argemiro Falcão fundou em 1931 o *Jornal dos Sports*, que tinha quatro páginas exclusivas dedicadas ao tema e se tornaria o maior sucesso editorial da época (RIBEIRO, 2007). Cinco anos depois, Mário Filho compraria o jornal, convidando intelectuais brasileiros como José Lins do Rego a escreverem artigos e investindo na apresentação gráfica do produto.

Nessa mesma época, *O Globo* passou por uma reestruturação após a morte de Irineu Marinho e o filho Roberto assumiu a direção. Uma das primeiras medidas de Roberto foi contratar o próprio Mário Filho para a editoria de esportes. Com o estilo

dramático de seus textos, Mário Filho abria espaço no jornal para a vida dos personagens, endeusando os jogadores.

Mesmo com a popularidade do futebol, a imprensa esportiva ainda mostrava sinais de amadorismo. Jornalistas continuavam a extrapolar suas funções, eram “amigos de clubes e jogadores” e indicavam atletas para os times.

A Copa de 1938, disputada na França, contou com uma presença marcante da imprensa brasileira que pela primeira vez participava de um megaevento como a Copa do Mundo. Os jornais aumentaram suas vendas ao passo que surgia no Rio de Janeiro a primeira revista especializada em futebol, a *Sport Ilustrado*, e o Globo lançava um suplemento específico, o *Globo Sportivo*.

A década de 1940 foi marcada pelo crescimento do número de associações que representavam e buscavam a valorização da crônica esportiva no Brasil, como a Aceesp (Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo). O período também ficaria marcado pelo surgimento das grandes estrelas da imprensa esportiva, a maior parte delas como narradores de rádio, casos de Oduvaldo Cozzi, que lançou os repórteres de campo para entrevistar os jogadores.

A partir de 1944, a rádio Panamericana, tentando se diferenciar das demais concorrentes em São Paulo, apostou em uma programação totalmente dedicada aos esportes, durante todos os dias do ano.

Com as rádios transmitindo com frequência as partidas de futebol, surgiram novas funções para os profissionais da imprensa durante as coberturas, como os repórteres de campo, que ficavam atrás dos gols informando o que acontecia quando a bola saía do campo de jogo.

Apostando nas rivalidades e provocações entre os clubes, *O Mundo Esportivo* foi mais um jornal exclusivamente voltado ao esporte que surgiu nessa década. Voltado para o “povão das arquibancadas”, o jornal era panfletário e apelava para o sensacionalismo para garantir as vendas que chegaram a 150 mil exemplares nos anos 1950. O crescimento desse periódico acelerou o desmembramento de um suplemento específico e diário do jornal *A Gazeta* chamado *A Gazeta Esportiva*. Inspirado no *Jornal dos Sports*, *A Gazeta Esportiva* promovia e organizava eventos esportivos de várias modalidades como bocha, várzea e a travessia entre o Rio Tietê.

Na Copa seguinte, disputada no Brasil em 1950, o ufanismo imperava entre as rádios e os jornais que faziam a cobertura.

Desde seu surgimento, no início do século XX, jamais os empresários da mídia esportiva faturaram tanto com o futebol. Participar da cobertura da primeira Copa do Mundo de Futebol realizada no Brasil significava garantir, no futuro, um lugar na história da imprensa esportiva. Ganhando ou perdendo, todos os veículos de comunicação e profissionais da imprensa saíam lucrando (RIBEIRO, 2007: 130).

A década de 1950 também marcou a entrada de um novo veículo de comunicação: a televisão. Contudo, a maior parte dos brasileiros não conseguiu assistir a estreia da TV Tupi, já que o número de aparelhos receptores no Brasil era muito baixo.

Mesmo com a popularidade do rádio e a chegada da televisão, a mídia impressa continuava faturando. Alguns jornais recém-criados apostavam nos esportes para vender mais, como a *Última Hora*, de Samuel Wainer. O esporte tinha sempre destaque na capa do jornal, que, às segundas-feiras, após a rodada do fim de semana, vendia 150 mil exemplares. O jornal também mostrava os problemas que aconteciam nos esportes, sobretudo no futebol.

No rádio, os locutores ganhavam cada vez mais dinheiro graças aos patrocinadores que anunciavam nos programas, mas o aporte financeiro não beneficiava a todos os envolvidos na transmissão, que conviviam com baixos salários e precária infraestrutura. Para faturar um dinheiro extra, repórteres e jornalistas continuavam se aproveitando do relacionamento que tinham entre os dirigentes dos clubes para vender anúncios e espaços no jornal para quem pagasse mais.

Na década de 1960 a televisão conquistava cada dia mais espaço entre os brasileiros e em 1962, pela primeira vez, captou mais verbas publicitárias que o rádio e o jornal impresso. Com o golpe militar dois anos depois, no entanto, muitos veículos de comunicação foram censurados e, em grave crise financeira, fecharam suas portas.

Mesmo com a ditadura militar, é no final da década de 1960 que os grandes cadernos de esportes ganham espaço nos jornais brasileiros.

De todo jeito, a partir da segunda metade dos anos 1960, com cadernos esportivos mais presentes e de maior volume, o Brasil entrou na lista dos países com imprensa esportiva de larga extensão (COELHO, 2013: 10).

O *Jornal da Tarde* criou seu caderno de esportes em que contestava a cobertura jornalística praticada no país. Para que os repórteres pudessem se dedicar integralmente ao jornal, a direção proibiu o duplo emprego e ofereceu salários melhores. O jornal investiu em grandes reportagens sobre as origens e as condições sociais do jogador de futebol, o que lhe garantiu vários prêmios.



A década de 1970 é marcada por uma nova fase do jornalismo brasileiro que investia em matérias investigativas e de cunho político. Nesse contexto, surgiu também a *Placar*, revista esportiva com reportagens elaboradas escritas por grandes nomes do jornalismo esportivo, como Juca Kfoury.

A crise política no país, que impedia a liberdade de imprensa em diversas redações, fazia das seções esportivas de jornais, rádios e televisões um espaço aberto para desafogar a criatividade e a ousadia reprimidas em outras editorias (RIBEIRO, 2007: 204).

Com a conquista do tricampeonato na Copa do Mundo do México em 1970, as revistas e os jornais especializados repetiram um fenômeno comum na imprensa: recorde de vendas durante o evento, mas queda e crise financeira depois dele.

A década de 1970 também foi marcada pela tentativa de quebra de preconceito na imprensa esportiva em relação às mulheres. Até então, era muito raro encontrar mulheres atuando nas redações esportivas brasileiras. A Rádio Mulher então apostou em uma equipe formada exclusivamente por mulheres, da narração até a sonoplastia. A equipe durou cinco anos, mas depois nenhuma delas continuou atuando na área.

Assim como a categoria dos jogadores profissionais só conseguiu a regulamentação da profissão na década de 1970, a primeira entidade nacional que representava os jornalistas esportivos, a Abrace (Associação Brasileira dos Cronistas Esportivos), só surgiu em 1974.

No início da década de 1980, as TVs investiram fortunas nas compras dos direitos de transmissão das competições esportivas. Na televisão, também ganhava espaço o *merchandising* nos programas esportivos e o surgimento de empresas de marketing esportivo, que negociavam os direitos de transmissão, cotas de patrocínio e placas de publicidade nos estádios.

Na década de 1990, os principais jornais do Brasil contraíram dívidas em busca de novos leitores e na renovação de suas infraestruturas. Segundo dados da associação Nacional de Jornais, cerca de US\$ 700 milhões foram gastos, a partir de 1995, na compra de rotativas e aumento dos parques gráficos.

Nessa época, dez grupos familiares controlavam quase a totalidade dos meios de comunicação no Brasil: Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (*Folha de São Paulo*), Levy (*Gazeta Mercantil*), Marinho (Globo), Mesquita (O Estado de São Paulo), Nascimento Brito (*Jornal do Brasil*), Saad (Bandeirantes) e Sirotsky (Rede Brasil Sul). Todos esses grupos eram empresas familiares tradicionais, que

mantinham seu capital fechado e onde as decisões estratégicas relativas ao rumo dos negócios eram tomadas pelos próprios integrantes da família.

Mas na segunda metade da década de 1990, um empresário formado em Economia iria apostar em um novo modelo de negócios no jornalismo brasileiro.

### 2.3 A criação do jornal *Lance!*

A história do jornal *Lance!* começa bem antes de seu lançamento oficial, em 26 de outubro de 1997 e ganha destaque na figura de Walter de Mattos Junior, empresário, fundador e dono do jornal.

Formado em Economia, Walter de Mattos Junior nasceu no Rio de Janeiro, fez carreira como diretor financeiro de uma empresa de navegação e tornou-se, posteriormente, executivo do jornal *O Dia* cujo dono era seu sogro, Ary de Carvalho.

Em 1996, poucos meses antes de sair de *O Dia*, o empresário viajou ao exterior para conhecer os diários esportivos de países tradicionais do futebol. Na visita à Europa, ele acompanhou o impacto da reestruturação do futebol. O processo, que começou na década de 1970 na Inglaterra e na Itália, expandiu-se posteriormente para Espanha, França e Alemanha. O objetivo era a transformação do esporte em um negócio rentável, um produto que desse lucro, chamado “futebol-empresa”.

Essa metamorfose ocorreu pela combinação, principalmente, de três fatores: a transformação dos clubes de futebol em empresas com fins lucrativos, o impulso à comercialização dos direitos de transmissão de tevê dos torneios esportivos em bases rentáveis e o incremento dos investimentos em marketing de empresas que fornecem equipamentos e serviços para o negócio (STYCER, 2009: 136).

Na Itália, o jornal esportivo mais tradicional era o *La Gazzeta dello Sport*, fundado em 1927 e que vendia 500 mil exemplares por dia. Mas Walter de Mattos Junior não queria copiar um jornal “pesado, repleto de textos longos e ainda atingindo o público de meia-idade” (COELHO, 2013: 96).

Na Espanha, o empresário se interessou pela história do *Marca*, que foi “a maior inspiração”<sup>5</sup> para a criação do *Lance!*. Fundado em 1938, era o diário oficial dos esportes do governo Franco e vendia pouco mais de mil unidades até ser levado a leilão em meados da década de 1980. Com a venda, o jornal se reestruturou e em 1996 tinha uma média de 450 mil exemplares por dia.

---

<sup>5</sup> Em entrevista concedida à autora

Na volta ao Brasil, em setembro de 1996, Walter de Mattos Junior desenvolveu a primeira conceituação do projeto que tinha em mente em um documento intitulado “A Onda”, baseado em três premissas. A primeira delas ressaltava o período de estabilidade econômica que o Brasil vivia desde o Plano Real e a política cambial - com o real equiparado ao dólar na proporção de 1 para 1.

A segunda tinha em vista a perspectiva de “modernização” da legislação esportiva brasileira e a elaboração, à época, da chamada Lei Pelé, conjunto de normas jurídicas que prometia transformar o futebol em um negócio rentável, desde que os clubes se transformassem em empresas e profissionalizassem suas gestões.

A terceira premissa do documento lembrava a proposta de alteração da legislação de mídia no país. A emenda ao artigo 222 da Constituição previa a autorização da participação do capital estrangeiro nas empresas de comunicação em até 30%, o que era, até então, proibido.

Depois da conceituação de “A Onda”, Walter de Mattos Junior apresentou a proposta a vários investidores. Os primeiros sócios que aceitaram participar do projeto foram Marcos Falcão, do Banco Icatu, e Bruno Rocha, do Dynamo, grupo de investidores brasileiros especializado no mercado de ações. Posteriormente, também se juntaram a eles o Banco Bozano Simonsen, o empresário Tobias Cepelowicz, proprietário da Petroserv, empresa do ramo petrolífero, os investidores André Lara Rezende e Rogério Castro Maia, além da Infoglobo, braço editorial das Organizações Globo.

Como a aprovação da emenda ao artigo 222 da Constituição só foi aprovada em 2002, a empresa criada para montar o jornal foi constituída apenas por pessoas físicas, financiadas por empresas através de debêntures, um título de dívida de médio ou longo prazo que confere ao seu detentor um direito de crédito contra a companhia emissora. Assim, quem investe em debêntures se torna credor dessas companhias, segundo o site<sup>6</sup> da Bovespa. O valor do investimento inicial nunca foi divulgado com precisão.

O *Lance!* surgiu ao mesmo tempo em que os dois principais diários esportivos do Brasil entre as décadas de 1930 e 1980, *Gazeta Esportiva* e *Jornal dos Sports*, enfrentavam dificuldades.

---

<sup>6</sup>Disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/renda-fixa/o-que-sao-debentures.aspx?Idioma=pt-br>. Acesso em 26/08/2014

A *Gazeta Esportiva* era originalmente um suplemento de esportes que sai às segundas-feiras em *A Gazeta* e se tornaria um jornal separado na década de 1940. Comandada por Cásper Líbero, importante empresário e jornalista brasileiro que fundou *Última Hora* e a primeira agência de notícias brasileira, Agência Americana, atingiu a tiragem de 534 mil exemplares após a final da Copa de 1970 entre Brasil e Itália (RIBEIRO, 2009). Já o *Jornal dos Sports* surgiu em 1931 como primeiro diário exclusivamente esportivo. Cinco anos depois foi vendido a Mário Filho e se tornou o “matutino esportivo de maior circulação da América do Sul”, como dizia o bordão da época.

Ronaldo Helal (1997) associa o início da crise desses dois jornais ao modelo de amadorismo do futebol, responsável pela desorganização dos campeonatos na década de 1970. Marcelo Proni (2000), por sua vez, chama a atenção para a recessão econômica que o Brasil vivia entre 1981 e 1983 com os clubes em situações financeiras extremamente precárias, forçados a se desfazerem de seus principais atletas. Já Mauricio Stycer (2009) acrescenta que esses jornais cresceram apoiados na popularização do futebol e que a decadência deles começou no momento em que os clubes atingiram a maior crise de suas histórias. Em 1987, a CBF (Confederação Brasileira de Futebol) anunciou que não tinha recursos para realizar o Campeonato Brasileiro e que os próprios clubes teriam que arcar com esse valor. Foi criado, então, o Clube dos Treze, com as 16 principais equipes do futebol do Brasil, inaugurando a era do marketing e do patrocínio esportivo, um caminho que o *Lance!* iria explorar.

Na Argentina, Walter de Mattos Junior se interessou pelo *Olé*, braço esportivo do diário *Clarín* e enviou um diretor para conhecer detalhes do projeto. O nascimento do *Lance!* está umbilicalmente associado ao surgimento, em maio de 1996, do *Olé* (STYCER, 2009).

Em formato tablóide e colorido, o *Olé* tinha um projeto gráfico, sob o comando de Antoní Cases, do escritório *Casi i Associats*, que chamou a atenção de Walter de Mattos Junior. O escritório, além de ser o responsável por desenvolver o projeto gráfico do jornal, também ajudava a definir o conceito, os objetivos e o público-alvo do periódico. O designer foi contratado pelo empresário para trabalhar no projeto de seu diário.

A contratação de Cases à frente da equipe jornalística sinalizava, desde a partida, que o conteúdo escrito do jornal estaria submetido ao aspecto visual do empreendimento. Tratava-se de uma inversão notável em relação a um valor fundamental que a imprensa – e não

apenas a brasileira – sustentou por boa parte do século XX: o da primazia absoluta do texto sobre os demais elementos do jornal (STYCER In HOLLANDA & MELLO, 2012: 194).

Com base em sua experiência no jornal *O Dia*, Walter de Mattos Junior definiu, junto com Cases, que o formato deveria ser o tabloide, modelo muito utilizado no século XX na Inglaterra em oposição ao formato mais tradicional no Brasil, o *standard*, e que o jornal deveria ser todo em cores.

Walter de Mattos Junior falava em fazer um “projeto nacional multilocal” (STYCER, 2009: 196) com cinco edições em cinco cidades (Rio, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e uma no Nordeste), com cinco equipes diferentes. Em cada praça, uma redação ajudaria a outra, atuando de forma colaborativa. As edições regionais seriam formadas pelas contribuições de cada redação, o que já acontecia no *Marca* cuja sede, apesar de ser em Madri, tinha rotativas também em Barcelona, Valencia, Sevilha e La Coruña. Esse projeto, no entanto, não se concretizou até hoje e o *Lance!* tem atualmente duas sedes apenas, no Rio e em São Paulo.

Outra discussão importante entre Walter de Mattos Junior e Cases era a conceituação do público-alvo do jornal. Os dois acreditavam que o surgimento de um novo diário esportivo levaria a um aumento no espaço dedicado aos esportes nos outros jornais mais tradicionais, como *Folha de São Paulo* e *O Globo*. Surgia, então, um questionamento: por que o leitor compraria o jornal se ele poderia saber sobre esportes e as outras editorias em outros periódicos? Para Walter de Mattos Junior e Cases, o leitor deveria ter a experiência de que o jornal estava sendo feito para ele, um “jornal do torcedor”, ou “jornal do *hinch*” termo comum usado na Argentina. Fazer um jornal “para cima” significava envolver o leitor imaginário, que existia nas cabeças de Cases e Mattos, e mobilizá-lo, levá-lo a torcer junto por seu time junto com o jornal (STYCER, 2009).

Essa aproximação com o torcedor já é fruto das observações do empresário nas visitas ao exterior. Na Espanha, por exemplo, há uma divisão entre os jornais esportivos. O *Marca*, de Madri, faz sua cobertura voltada para os times da capital, Real (principalmente) e Atlético e, quando fala do Barcelona, costuma privilegiar os aspectos negativos. A mesma situação ocorre no *El Mundo Deportivo*, de Barcelona.

Outra estratégia adotada para se aproximar ao leitor era a utilização de apelidos, medida essa que já era comum na imprensa esportiva brasileira desde a década de 1930 com Mário Filho, no *Jornal dos Sports*, e Thomas Mazzoni, na Gazeta Esportiva.

Mazzoni, por exemplo, inventou apelidos para vários clubes de São Paulo, como Timão (para o Corinthians) e Moleque Travesso (Juventus). Já Mário Filho criou as expressões “Clássico Vovô” para designar o duelo entre Botafogo e Fluminense, os dois clubes cariocas mais antigos do Rio e “Clássico dos Milhões” para o confronto entre Flamengo e Vasco em virtude do grande número de torcedores das duas equipes.

A definição do nome do jornal também foi pensada para aproximar o jornal do leitor. A ideia inicial de Walter de Mattos Junior era chamá-lo de *Score* (resultado, placar em inglês). No entanto, a sugestão não foi bem vista entre os editores do jornal que alegavam que o nome em inglês não era uma boa estratégia e ainda remetia a revista de esportes “Placar”, lançada em 1970.

O nome surgiu então com Sérgio Rodrigues, editor-executivo na época, e foi aceito por Walter de Mattos Junior, os jornalistas da equipe e o designer Antoní Cases. Junto ao logotipo do jornal, Cases acrescentou ainda um ponto de exclamação. Para o catalão, “com o ponto de exclamação, nos aproximamos mais da emoção dos estádios de futebol, do grito” (STYCER, 2009: 212). A exclamação permanece até hoje junto ao logotipo do jornal, na capa.

Inicialmente, o *Lance!* seria lançado em 19 de outubro de 1997, um domingo, mas os testes com a rotativa que imprimia o jornal não deram certo e o lançamento precisou ser adiado em uma semana. A confusão atrapalhou a estratégia do jornal, que já tinha comprado os espaços publicitários na mídia e não os utilizou.

Nós fizemos coisas também muito diferentes naquela época, que foi montar uma redação virtual com entrada para a internet. O *Lance!net* começa a ser publicado uma semana antes do *Lance!* As rotativas atrasaram a montagem e como a gente já estava com a equipe, começamos a publicar na web (MATTOS JUNIOR)<sup>7</sup>

O primeiro time de jornalistas escolhidos para trabalhar no *Lance!* contava com alguns jornalistas experientes, como Lédio Carmona, presente em duas Copas do Mundo por *Jornal do Brasil* e *Placar*, Leão Serva, ex-diretor de redação da *Folha de São Paulo* e *Jornal da Tarde* e César Seabra, editor de esportes de *O Globo*.

No entanto, a maior parte das equipes que trabalhavam no Rio de Janeiro e em São Paulo era formada por novatos. Do total de sessenta e dois jornalistas contratados no início, quarenta eram novos, recém-formados ou estudantes (STYCER, 2009). Desses sessenta e dois, trinta e dois trabalhavam na redação carioca e os demais ficavam em São Paulo.

---

<sup>7</sup> Em entrevista concedida à autora

Na redação paulista havia um editor-chefe (Leão Serva), dois editores-executivos (André Fontenelle e Mauricio Stycer), três editores-assistentes (Marco Antonio Catai, Maurício Noriega e Valmir Sorti), um repórter especial (Paulo Vinícius Coelho) e vinte e três repórteres. Desses vinte e três, apenas cinco já tinham experiência no jornalismo.

Com poucas pessoas com experiência na profissão, a dificuldade em definir a linha editorial do jornal era maior. Na redação carioca a maior parte dos que já trabalhavam com jornalismo era proveniente de *O Globo*. Já em São Paulo, os repórteres vinham, em sua maioria, da *Folha de São Paulo*, *Jornal da Tarde*, *Placar*, *Estado de São Paulo* e *Diário Popular*.

Com visões diferentes sobre a linha editorial, a equipe paulista queria acompanhar tudo o que acontecia dentro dos esportes, enquanto os cariocas apostavam no diferencial: boas matérias, mas sem a mesma profundidade exigida por uma revista. A oposição ficava clara entre André Fontenelle e Antoní Cases. O designer defendia que o *Lance!* deveria “dedicar 80% da energia em 20% do jornal e 20% da energia em 80% do jornal” (STYCER, 2009: 237). Já Fontenelle discordava e acreditava que a informação diferente e o furo só seriam possíveis se os repórteres estivessem sempre acompanhando o dia a dia dos clubes.

Entre os dois caminhos, a matéria diferente e a busca pelo furo, o *Lance!* adotou algumas estratégias como “as histórias de interesse humano” e a “futilidade”. (STYCER, 2009: 243). Sem jogos de futebol no carnaval de 1998, as equipes do jornal acompanharam os jogadores nos desfiles das escolas de samba. Na segunda-feira de carnaval, quatorze das vinte e oito páginas da edição paulista foram dedicadas à festa. No Rio, foram nove páginas.

No ano do lançamento, o recorde de vendas do *Lance!* foi no dia 20 de dezembro: a final do Campeonato Brasileiro entre Vasco e Palmeiras garantiu 82 mil exemplares vendidos. Mas o crescimento do diário não se sustentou por muito tempo e Walter de Mattos Junior viu a Infoglobo lançar em abril de 1998 o jornal *Extra* para concorrer com *O Dia*. Lançado com uma promoção que distribuía painéis aos leitores, o *Extra* também trazia um suplemento esportivo diário e custava R\$ 0,25 - três vezes menos que o valor do *Lance!* na época. Diante da situação, o jornal investiu na cobertura da Copa do Mundo de 1998.

Aproveitando uma verba de marketing, o *Lance!* fez uma parceria com o *Olé e* foi impresso diariamente durante um mês na França e distribuído gratuitamente nas ruas

de Paris e arredores. De um lado, o leitor lia as notícias do periódico brasileiro e quando virava o tabloide, tinha as informações do *Olé*.

Entretanto, no Brasil as vendas não ultrapassaram os 30 mil exemplares e o jornal demitiu quarenta funcionários no Rio e em São Paulo.

Na Copa seguinte, o *Lance!* alcançou o recorde de exemplares vendidos em um dia com a tiragem de 500 mil após a conquista do pentacampeonato do Brasil. Em dezembro daquele ano, o negócio continuava dando prejuízo e os sócios desfizeram suas participações no *Lance!*. No mês seguinte, Walter de Mattos Junior adquiriu as partes dos sócios e se tornou o único proprietário do jornal.

As vendas do jornal impresso têm caído nos últimos anos. De acordo com o site<sup>8</sup> da ANJ (Associação Nacional de Jornais), o *Lance!* foi o décimo quarto jornal mais vendido do país, com média de 77.658 unidades por dia. Desde 2009, quando ocupava a décima posição no ranking, com 125.050, houve um decréscimo de quase 40%.

Walter de Mattos Júnior entendia que a publicidade era fundamental para o jornal sobreviver. Para isso, era necessário alargar o número de leitores de alta renda. Pesquisa feita em 2001, quatro anos após o lançamento do jornal, pela Marplan, instituto de pesquisas que faz levantamentos sobre o perfil do público leitor de jornais e revistas para o mercado publicitário e os próprios veículos de comunicação, apontou que quase a metade dos leitores do diário impresso estava na classe B<sup>9</sup> (48%).

Atualmente há uma seção semelhante para os anunciantes com os dados mais recentes e preço dos anúncios, mas sem o histórico desde 2001. Esses dados foram retirados do livro de Mauricio Stycer, “História do Lance!” (2009).

A pesquisa mais recente, realizada em 2013, também pelo Instituto Ipsos Marplan e disponibilizada no site do jornal, mostra que a maior parte do público continua sendo da classe B (51%), mas também é significativa a participação da classe C (39%)<sup>10</sup>.

Na distribuição por sexo, o *Lance!* mostra-se um jornal extremamente masculino desde a primeira pesquisa registrada. Em 2001, 88% dos leitores em homens e em 2013 esse número esse número correspondia a 92%.

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em 24/08/2014

<sup>9</sup> Critério de definição de classe social de acordo com o CCEB (Critério de Classificação Econômica Brasil), da Adep (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa). O critério leva em conta o poder de compra da população.

<sup>10</sup> Disponível em [http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia\\_imprensa.pdf](http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia_imprensa.pdf) Acesso em 20/08/2014



Nas três pesquisas divulgadas, os critérios divulgados para a análise da faixa etária sofreram mudanças. Em 2001 e 2005, os leitores eram divididos em seis categorias (10 a 14 anos; 15 a 19 anos; 20 a 29 anos; 30 a 39 anos e mais de 40 anos). Em 2013, a pesquisa dividiu o público em três categorias (10 a 17 anos; 18 a 39 anos e mais de 40 anos). Em 2001, 26% dos leitores tinham entre 15 e 19 anos e também 26% tinham entre 20 a 29 anos. Em 2013, 62% do público tinha entre 18 e 39 anos.

Atualmente o *Lance!* permanece como um jornal esportivo impresso de circulação nacional, que sai diariamente com uma nova edição, com exceção feita ao Natal e ao Ano Novo, quando não circula.

O preço do jornal varia de acordo com o local em que é vendido. A versão carioca, por exemplo, pode ser encontrada por R\$ 1,50 no Estado do Rio e em Juiz de Fora. Já nos Estados do Espírito Santo e em Minas Gerais, cada exemplar sai a R\$ 2,00 e R\$ 2,50 na Bahia e no Distrito Federal.

O Grupo *Lance!* atua ainda em outras plataformas, como é o caso da agência *Lance!* (*Lancepress!*), a TV *Lance!*, o *Lance!*digital, o *Lance!*Ativo (espécie de rede social onde os leitores/internautas são convidados a interagir), o *Lance!*Net e o *Lance!*Mobile.

### **3 A COPA DO MUNDO**

A primeira Copa do Mundo de futebol foi disputada em 1930 e, desde então, já foram realizadas 20 edições do torneio, com um intervalo entre as Copas de 1938 e 1950 devido à ocorrência da Segunda Guerra Mundial.

Em 20 edições, oito seleções diferentes conquistaram o título de campeãs mundiais. O Brasil é o maior vencedor com cinco conquistas seguido por Itália e Alemanha, cada uma com quatro títulos, Argentina e Uruguai tem duas Copas do Mundo e França, Espanha e Inglaterra tem um título cada.

#### **3.1 O surgimento do campeonato mundial de futebol**

O sonho da realização de um campeonato mundial envolvendo seleções surgiu oficialmente no dia 21 de maio de 1904 (RIBAS, 2010). Nessa data, dirigentes de sete países (Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Holanda, Suécia e Suíça) se reuniram em Paris e fundaram a Fifa (Federação Internacional das Associações de Futebol). A Inglaterra, berço do futebol, só iria aderir à federação no ano seguinte, depois de Alemanha, Áustria, Hungria e Itália.

Até então, as Olimpíadas eram o torneio mais importante envolvendo seleções mundiais de futebol, mas era destinado apenas aos atletas amadores, o que impedia a participação de algumas seleções, como a Inglaterra, formada por jogadores profissionais.

Com o início da Primeira Guerra Mundial em 1914, a ideia de fazer um torneio mundial de futebol foi deixada de lado e só retomada em 1921 quando Jules Rimet assumiu a presidência da Fifa em definitivo. De 1918 a 1921, o francês estava como interino no cargo depois da morte de seu antecessor, o inglês Daniel Burley Woolfall.

Na época, a Fifa já tinha filiados em todos os continentes, o que facilitava a concepção de um torneio aberto entre seleções. Sabendo da ideia, o embaixador uruguaio Enrique Buero ofereceu seu país como sede do primeiro campeonato mundial. A candidatura seria uma forma de comemorar o centenário da independência do país, que havia sido anexado ao Brasil em 1821 como Província Cisplatina e se declarou independente em agosto de 1825, embora a ratificação só tenha vindo em 27 de agosto de 1828 com o Tratado de Montevideu. O Uruguai era o atual campeão olímpico no futebol com a conquista em 1924 e se sagraria bicampeão na Olimpíada seguinte, levando o apelido de “Celeste Olímpica”.

O campeonato mundial começou a sair do papel em maio de 1928 com a realização do Congresso da Fifa em Amsterdã. Na reunião, Jules Rimet propôs oficialmente a competição de um torneio mundial para os países filiados à Fifa. A sugestão foi aceita com vinte e três votos favoráveis e três contrários. Em setembro daquele ano ficou decidido que o torneio seria realizado a cada quatro anos, nos anos pares entre as Olimpíadas, começando em 1930.

A confirmação veio no Congresso da Fifa em Barcelona em maio de 1929. Enrique Buero reafirmou a candidatura do Uruguai e apresentou um projeto, que incluía a construção de um estádio e o apoio do governo local. Entretanto, outros países também demonstraram interesse em sediar o evento como Hungria, Holanda, Itália e Suécia. Holandeses e suecos abriram mão da candidatura em favor da Itália, mas a Fifa optou mesmo pelo Uruguai. Insatisfeita com a decisão, a Itália anunciou o boicote ao torneio e foi acompanhada por outros dezesseis países europeus. As seleções europeias reclamavam da longa viagem entre os continentes feita em navio e os clubes profissionais temiam sofrer novos prejuízos quando o mundo ainda se recuperava da Crise de 1929 nos Estados Unidos. Mesmo assim, Jules Rimet, usando de seu prestígio, conseguiu convencer França, Romênia e Iugoslávia a participarem da competição.

As obras para a primeira Copa, iniciadas em 1929, sofreram atrasos. Para acelerar o ritmo e tornar a Copa viável, a capacidade do principal estádio, Centenário, precisou ser reduzida de 102 mil lugares para 70 mil e os primeiros jogos foram disputados em outros campos, o Pocitos e o Parque Central. Apesar dos problemas, o Centenário ficou pronto em tempo hábil para a disputa do torneio.

Ao todo, treze seleções se inscreveram na competição, sete sul-americanas (Uruguai, Brasil, Argentina, Chile, Bolívia, Peru e Paraguai), duas da América do Norte (México e Estados Unidos) e quatro europeias (França, Iugoslávia, Romênia e Bélgica). As seleções foram divididas em quatro grupos. Dentro de cada chave, todos jogavam entre si e a equipe que tivesse maior número de pontos em cada grupo se classificava para as semifinais.

A seleção brasileira foi convocada para a Copa com apenas jogadores que atuavam no futebol carioca. A CBD (Confederação Brasileira de Desportos), entidade com sede no Rio de Janeiro e que regia os esportes no país, não convocou dirigentes da Apea (Associação Paulista de Esportes Atléticos) para compor a comissão técnica. Em retaliação, a Apea não permitiu que os clubes paulistas liberassem seus jogadores à

seleção. Apenas um jogador de São Paulo foi convocado, Araken Patusca, pois seu contrato com o Santos já havia expirado.

Sem os grandes nomes que atuavam no futebol paulista, como Friedenreich, artilheiro do São Paulo Floresta, o Brasil foi eliminado na fase inicial após perder o primeiro jogo para a Iugoslávia. A final da competição foi disputada entre Uruguai e Argentina e o título ficou com os uruguaios que venceram por 4 a 2.

A Copa de 1934 foi disputada na Itália sob o regime fascista de Benito Mussolini que “recomendou” apenas a publicação das notícias positivas à equipe. Segundo Lycio Velloso Ribas (2010) era comum a depredação das redações de jornais após a divulgação de notícias contrárias aos interesses do governo.

Sem a presença do campeão mundial Uruguai, que boicotou o torneio em represália a não participação da Itália em 1930, e da Inglaterra, a Copa de 1934 foi disputada por dezesseis países.

Na seleção brasileira, mais uma briga entre CBD e Apea. Enquanto os jogadores na associação paulista eram profissionais, a confederação condenava essa prática. Com apenas um treino realizado antes da competição, o Brasil foi eliminado logo na estreia após derrota por 3 a 1 para a Espanha. Na final, com direito à saudação fascista do árbitro sueco Ivan Eklind a Benito Mussolini, vitória dos italianos por 2 a 1 contra a Tchecoslováquia.

A Alemanha, assim como já tinha feito nas Olimpíadas de 1936, queria sediar um evento esportivo para fazer propaganda do regime nazista de Adolf Hitler. Mas sua candidatura, assim como a da Argentina, foi derrotada no Congresso da Fifa. Apoiada por Jules Rimet, a França ganhou o direito de sediar o evento.

A Copa de 1938 teve o desfalque de importantes seleções: Uruguai (ainda em represália ao boicote europeu de 1930), Argentina (por não concordar com a perda da sede), Inglaterra, Espanha (que passava por uma guerra civil) e Japão (em guerra com a China desde 1937). A Áustria, classificada para o Mundial, foi anexada pela Alemanha nazista às vésperas da Copa em março de 1938 e deixou de existir como nação independente. A competição foi disputada com uma seleção a menos e os austríacos fizeram parte do time alemão.

Sem as discussões entre paulistas e cariocas, o Brasil era um dos favoritos à competição e tinha o apoio do Estado Novo, estabelecido no ano anterior.

Cristalizador de ideias de harmonia social e furor nacional que eram propagandeados pelo seu governo, após a implementação do Estado

Novo, o futebol servia como um grande aliado na disseminação do projeto político que planejava implementar – intensificado e dando um sentido mais claro ao interesse que, desde seus primeiros anos, as autoridades governamentais manifestavam em relação ao jogo (PEREIRA, 2000: 22).

A delegação brasileira foi acompanhada pelo locutor esportivo Leonardo Gagliano Neto, responsável pela primeira transmissão pelo rádio de uma Copa do Mundo para o Brasil.

Após perder a semifinal para a Itália, o Brasil conquistou o terceiro lugar ao bater a Suécia. O título ficou com a Itália, que antes da Copa recebeu um telegrama de Mussolini com os dizeres “Vencer ou morrer”.

Com a Segunda Guerra Mundial, todas as decisões da Fifa sobre a Copa do Mundo foram suspensas. Não houve campeonato em 1942 e 1946. Respeitando o espaço de quatro anos, o Mundial foi retomado em 1950 e sediado no Brasil. As federações britânicas estavam de volta ao quadro da Fifa e Alemanha e Japão foram excluídos como punição pela guerra.

Para a Copa no Brasil, novos estádios como o Maracanã e o Independência, em Belo Horizonte, foram construídos.

Antes do torneio, a Itália, considerada uma das favoritas sofreu uma tragédia: dezessete jogadores do Torino, umas das principais equipes da época, morreram em um acidente de avião no morro de Superga, região próxima ao Turim. Enfraquecida, a bicampeã mundial não se classificou para a Copa.

Com boas atuações e goleadas, como os 6 a 1 contra a Espanha em que os mais de cem mil torcedores presentes cantaram “Touradas de Madri” na arquibancada, o Brasil se classificou pela primeira vez para uma final. O adversário seria o Uruguai e a equipe brasileira tinha a vantagem de jogar pelo empate na decisão.

Embalado pela boa campanha na competição, o Brasil convivia com o clima de “já ganhou” entre os torcedores e imprensa. Na capa dos jornais da véspera da final, as manchetes eram “Hoje o povo vai comemorar o título!”, “Brasil, campeão do mundo!” e “Hoje é o dia da glória suprema!” (AQUINO, 2002: 68).

O Brasil saiu na frente do placar, mas tomou a virada, com gol de Ghiggia, em uma bola que passou entre a trave e o goleiro brasileiro Barbosa. A derrota ficaria conhecida como “Maracanazo”.

A Copa de 1954 foi disputada na Suíça, um dos poucos países da Europa a não se envolver com a Segunda Guerra Mundial. Alemanha e Japão também estavam readmitidos após o conflito.

Uma das novidades daquele ano foi a transmissão ao vivo do campeonato pela TV para oito países (Alemanha, Bélgica, Dinamarca, França, Holanda, Inglaterra, Suíça e Itália).

Com uma seleção com poucos jogadores da Copa anterior e jogando de amarelo, em substituição à camisa branca de 1950, o Brasil foi eliminado nas quartas de final pela Hungria, invicta desde 1950. Na final, debaixo de chuva, a Alemanha venceu os húngaros por 3 a 2 no jogo que ficou conhecido como “Milagre de Berna” ante o favoritismo da seleção da Hungria.

Em 1958, João Havelange assumiu a presidência da CBD. Ex-nadador que representou o Brasil em duas Olimpíadas (1936 e 1952), o dirigente convidou Paulo Machado de Carvalho, advogado e empresário fundador da Rede Record de Televisão, para chefiar a delegação. “Doutor Paulo”, como era conhecido, investiu em uma comissão técnica com psicólogo e dentista, algo que não era comum na época.

Dois dos principais jogadores do Brasil, Pelé e Garrincha, só estrearam no último jogo da fase de grupos, contra a União Soviética. Os dois impressionaram os torcedores: Garrincha com seus dribles e Pelé com apenas dezessete anos.

Na final, o Brasil venceu os donos da casa, os suecos, por 5 a 2 e se sagrou pela primeira vez campeão mundial de futebol.

Para a Copa de 1962, a Fifa decidiu que o torneio seria disputado na América do Sul após duas edições na Europa e o Chile ganhou o direito de sediar o evento. Mas nos dias 21 e 22 de maio dois terremotos atingiram o país, o mais fortes deles com 8,5 pontos na escala Richter, se estendendo por mais de 400 mil km<sup>2</sup>. Mesmo com mais de cinco mil mortos e dois milhões de desabrigados, o Chile foi confirmado como sede do campeonato.

No Brasil, a novidade era o *videotape*, que possibilitava a gravação e posterior exibição (em dois dias) pela televisão dos jogos.

No segundo jogo da Copa, Pelé saiu machucado e ficou fora de todo o Mundial. Na semifinal, apesar da vitória do Brasil diante do Chile, Garrincha foi expulso e desfalcaria o time na final. Mas o juiz não registrou a expulsão do jogador na súmula e ele pode jogar a decisão normalmente sendo importante na conquista do bicampeonato contra a Tchecoslováquia.

A Copa de 1966 foi a primeira a ter uma mascote oficial. O leão Willie foi uma das formas encontradas pela organização de promover o Mundial e arrecadar dinheiro com o licenciamento de imagem.

Para Aquino (2002), essa Copa foi marcada pelo confronto do futebol-força, marcado pela aplicação tática e vigor físico dos europeus, e o futebol-arte, refinado, com dribles, jogado pelos sul-americanos.

Na final, um erro de arbitragem foi decisivo para a vitória da Inglaterra, em casa, contra a Alemanha Ocidental. O chute do inglês Hurst bateu no travessão e a bola caiu fora da linha, mas o juiz assinalou o gol.

A Copa de 1970 trouxe mudanças nas regras como a substituição de jogadores durante a partida e a criação dos cartões amarelos e vermelhos para advertir e punir os atletas. No Brasil, alguns torcedores puderam acompanhar a competição em cores, embora a maior parte dos aparelhos do país fosse em preto e branco. Outra novidade era o *replay*, tecnologia que permitia rever os principais lances logo depois de ocorridos.

Com o desempenho ruim da seleção em 1966, o jornalista João Saldanha foi chamado para treinar a equipe. Dentro de campo, o desempenho era bom, mas Saldanha, militante do Partido Comunista, tinha problemas com o regime militar que governava o Brasil. O general Emilio Médici chegou a interferir na convocação da seleção pedindo a presença do atacante Dario, do Atlético-MG. Saldanha também arrumou problemas com Pelé, a quem dizia ter um grave problema na vista. Com a soma de problemas, o jornalista foi demitido e em seu lugar assumiu Mário Jorge Lobo Zagallo.

No final da Copa, o Brasil goleou a Itália por 4 a 1 e garantiu a posse definitiva da taça Jules Rimet por ser a primeira seleção tricampeã mundial.

Foi uma festa. Não somente no México, como também no Brasil, apesar da ditadura. Ainda que as prisões, torturas e assassinatos de presos políticos atingissem um elevado grau de violência, as emissoras de rádio não paravam de tocar a música “Pra frente Brasil”, composta por Miguel Gustavo (AQUINO, 2002: 94).

Treze anos depois, a taça seria roubada da sede da CBF e derretida pelos ladrões.

A Copa de 1974 foi marcada pela entrada dos patrocinadores no campo desportivo. Jogadores como Pelé tinham seus próprios contratos com fornecedores de materiais. Os patrocinadores também ajudaram bancando a reforma dos estádios alemães.

Na final, a Holanda, conhecida como “Carrosel holandês” por seu futebol envolvente em que os jogadores não tinham posições fixas, perdeu para a Alemanha Ocidental por 2 a 1.

A Copa de 1978 foi realizada na Argentina, que vivia sob uma ditadura militar. Em abril daquele ano, o Movimento Peronista Montoneros, grupo guerrilheiro da Argentina, propôs uma trégua durante o campeonato.

Precisando vencer o Peru por uma diferença de quatro gols, a Argentina ganhou de 6 a 0, eliminando no saldo de gols o Brasil e se classificando para a final. Na decisão, os argentinos venceram os holandeses e conquistaram sua primeira Copa do Mundo.

Uma das seleções favoritas à Copa de 1982, disputada na Espanha, o Brasil teve boas atuações sob o comando de Telê Santana, mas foi derrotado pela Itália por 3 a 2, três gols do atacante Paolo Rossi. A Itália bateria a Alemanha na final, tornando-se tricampeã de futebol, assim como o Brasil.

A Copa de 1986 seria disputada na Colômbia, mas quatro anos antes do início do evento, o presidente colombiano Belisário Betancourt desistiu, abrindo caminho para mais um campeonato mundial disputado no México.

No jogo entre Argentina e Inglaterra, pelas quartas de final, duas jogadas de Maradona chamaram a atenção. Na primeira, o argentino fez um gol de mão, que foi validado pelo juiz. Três minutos depois, Maradona recebeu a bola no campo de defesa e saiu em velocidade, driblando cinco ingleses e marcando o gol da vitória.

Mesmo a volta de Telê Santana não foi capaz de impedir a eliminação do Brasil diante da França nos pênaltis. A final foi entre Alemanha Ocidental e Argentina, com vitória da equipe de Maradona por 3 a 2.

A Copa do Mundo de 1990 teve como palco a Itália e no Brasil ficou conhecida como “Era Dunga”, volante da seleção conhecido por sua aplicação tática, mas sem tantos recursos técnicos. Com um futebol pragmático, o Brasil ficou em nono lugar na competição vencida pela Alemanha, que bateu a Argentina na decisão.

Uma das novidades das emissoras de TV foi a utilização das estatísticas dos jogos durante as transmissões das partidas, que informavam o número de faltas, posse de bola, entre outros.

A Copa de 1994 foi disputada nos Estados Unidos, país sem tradição no esporte, mas com experiência na realização de grandes eventos. O país aproveitou os estádios de futebol americano para a competição e não precisou do dinheiro público para organizar o torneio.



As partidas foram transmitidas pela televisão para 189 países, com uma audiência de cerca de 400 milhões de telespectadores. Estima-se que a arrecadação com as transmissões foi de US\$ 33 bilhões.

Com a dupla de atacantes (Romário e Bebeto) inspirada, o Brasil se classificou para a final contra a Itália. Após empate sem gols no tempo normal, o título foi decidido nos pênaltis depois de Roberto Baggio chutar para fora. O Brasil se consagrava como a primeira seleção tetracampeã de futebol.

Para a Copa de 1998 disputada na França, o número de participantes aumentou de vinte e quatro para trinta e dois e o regulamento agora permitia três substituições durante a partida, independentemente da posição do jogador.

Classificado para a final, o Brasil teve um problema horas antes da decisão. Ronaldo, um dos principais destaques da equipe, teve uma convulsão em seu quarto e precisou ser levado ao hospital. Com o problema, Edmundo entraria no lugar do atacante. De última hora, entretanto, Ronaldo disse que estava bem e pediu para ser escalado. Dentro de campo, a França bateu o Brasil por 3 a 0, com dois gols do meio-campista Zinedine Zidane, filho de argelinos.

A Copa de 2002 foi a primeira disputada no continente asiático e a primeira a ser organizada por dois países: Coreia do Sul e Japão.

Apesar dos pedidos de boa parte dos torcedores e da imprensa, o técnico Luiz Felipe Scolari não convocou Romário, que estava com 35 anos e jogava no Vasco. Felipão preferiu apostar em Rivaldo e Ronaldo, que ainda se recuperavam de lesões.

Com o brilho e um gol de cada da dupla brasileira, o Brasil conseguiu o pentacampeonato mundial ao bater a Alemanha na final por 2 a 0. Foi a melhor campanha da história em uma Copa: sete jogos e sete vitórias.

A Copa de 2006, na Alemanha, marcou o domínio dos “estrangeiros” na seleção brasileira: dos vinte e três convocados, apenas três atuavam no Brasil.

Mais uma vez, o Brasil seria eliminado pela França, agora nas quartas de final. Na grande decisão, Zinedine Zidane foi expulso após dar uma cabeçada no zagueiro Materazzi depois de o italiano xingar sua irmã. Após o empate no tempo regulamentar, a Itália venceu nos pênaltis, tornando-se tetracampeã.

A Copa de 2010 foi a primeira disputada em solo africano, na África do Sul. A seleção anfitriã, comandada por Carlos Alberto Parreira, foi eliminada ainda na primeira fase. Já o Brasil saiu na frente contra a Holanda pelas quartas de final, mas os holandeses reverteram o placar e eliminaram os brasileiros. Os holandeses fizeram a

final com a Espanha, mas perderam por 1 a 0, gol do meia Iniesta na prorrogação. Assim, a Espanha conquistou sua primeira Copa do Mundo.

### **3.2 A Copa do Mundo como fenômeno midiático**

Não é difícil ouvir que se vive em uma “sociedade do espetáculo”. A cada vez que a expressão é citada, percebe-se a atualidade desse conceito publicado na década de 1960 por Guy Debord. Inicialmente pensado como um sistema de dominação em que atingiria apenas uma parcela da população de acordo com as condições sócio-econômicas de cada sociedade, Debord atualizou sua crítica duas décadas depois da divulgação.

Nas últimas três décadas, os megaeventos esportivos se tornaram uma das estrelas principais da “sociedade do espetáculo”, contando com volumosos recursos públicos e privados, além de fabulosa cobertura midiática (MASCARENHAS In DEL PRIORI & MELO, 2009).

O futebol, que já ganhou várias dimensões ao longo de sua existência, como instrumento político, direcionamento de opinião pública e foi visto até como alienante (GUTERMAN, 2009; HELAL, 2001), pode ser utilizado como exemplo para ilustrar aspectos da sociedade do espetáculo (LOURENÇO, 2001).

Marcelo Proni (1998) identifica no esporte-espetáculo três traços, a partir dos quais é possível conceituá-lo. O primeiro refere-se às competições esportivas organizadas por ligas ou federações, que reúnem atletas submetidos a esquemas intensivos de treinamento. No segundo, tais competições esportivas tornam-se espetáculos veiculados e reportados pelos meios de comunicação de massa e são apreciadas no tempo de lazer do espectador. O terceiro traço diz que a espetacularização motivou a introdução de relações mercantis no campo esportivo, seja porque conduziu ao assalariamento dos atletas, seja em razão dos eventos esportivos apresentados como entretenimento de massa que passaram a ser financiados através da comercialização do espetáculo.

Para Adenilson Pereira e Fernando Varoto (2012), a partir do momento em que o esporte passou a ter caráter de espetáculo, com uma audiência pagante, ligado a um capital comercial e com objetivo de gerar uma renda maior, ele passa a ter características de mercadoria, adquirindo um alto valor de troca.

Assim, o atleta profissional seria como um novo tipo de trabalhador que vende a um patrão sua força de trabalho (capaz de produzir um espetáculo que atrai multidões);

é um valor de troca de sua força de trabalho, regido pelas leis de oferta e procura do mercado (RUBIO, 2002).

Alguns pesquisadores como Anderson Gurgel defendem que o futebol só se transformou em espetáculo quando se associou à mídia. Para ele, o futebol hoje é “um produto espetacularizado da sociedade de consumo e também um caso de êxito da atuação dos meios de comunicação no coletivo” (2004: 24).

Mas nem sempre os grandes eventos esportivos como as Olimpíadas e a Copa do Mundo tiveram a dimensão e magnitude que apresentam hoje. Na primeira Copa do Mundo em 1930, no Uruguai, pouco menos de 435 mil pessoas assistiram ao evento.

Na transformação da Copa do Mundo como espetáculo, a televisão assumiu um papel importante ao transmitir pela primeira vez a competição em 1970. Para Hilário Franco Júnior, a televisão “confirmou o futebol como importante produto da sociedade de consumo e modificou a realidade financeira do setor” (2007: 181).

Embora os dados oficiais da Copa de 2014 ainda não tenham sido divulgados, a expectativa, segundo o Ministério do Turismo, é de que a audiência do evento chegasse a 3,6 bilhões de pessoas<sup>11</sup>.

Durante a fase de grupos da Copa 2014, por exemplo, a estreia do Brasil contra a Croácia teve a maior audiência esportiva do ano no Brasil: 47,4 milhões de pessoas acompanharam o jogo pela Globo ou pela Band. Mesmo nos Estados Unidos, país que não tem tradição no esporte, os números chamaram à atenção. O jogo contra Portugal foi o mais visto da história da TV americana com 24,7 milhões de pessoas (ESPN e Univision), número maior que as finais da NBA e as médias das finais do baseball em 2013<sup>12</sup>.

Na transformação da Copa do Mundo em espetáculo, as décadas de 1970 e 1980 foram importantes, pois órgãos como a Fifa e o COI (Comitê Olímpico Internacional) se reorganizaram a partir de princípios gerenciais para aderir a inserção do esporte no capitalismo. As duas entidades tornaram-se duas das maiores multinacionais do mundo, atraindo grandes patrocinadores e vendendo caro os direitos de transmissão. Em 1930, 85% das receitas da Fifa vinham de seus associados quando hoje esse valor corresponde a menos de 1%. Atualmente, a entidade máxima do futebol mundial tem em seu quadro

---

<sup>11</sup> Disponível em [http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20140507.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140507.html). Acesso em 27/09/2014.

<sup>12</sup> Disponível em <http://pt.fifa.com/worldcup/news/y=2014/m=6/news=transmissoes-por-tv-atingem-numeros-recordistas-2388437.html> Acesso em 10/09/2014

209 países filiados, mais do que a própria ONU (Organizações das Nações Unidas), que conta com 193 Estados-membros.

Em 1970, a entidade assinou com a Adidas para que a empresa alemã fosse a fornecedora oficial de material esportivo da Copa naquele ano. Em 1978, na Argentina, a Fifa fechou um acordo de US\$ 8 milhões com a Coca-Cola para que a empresa patrocinasse o Mundial.

Quando Diego Maradona liderou a entrada dos jogadores argentinos para a final da Copa do Mundo de 1990 no Estádio Olímpico de Roma, seu time tinha algo em comum com os oponentes da Alemanha Ocidental. As duas equipes usavam Adidas. Assim como o juiz. Assim como o bandeirinha. Quinze das vinte e quatro seleções presentes à Itália exibiam o trevo e as três listras em suas camisas, shorts, meias e chuteiras. O jogo teve início com uma bola Adidas branca e preta. Todos os jogos foram disputados com bolas Adidas. Era a bola oficial. A empresa fornecia as chuteiras oficiais [...] Uma das poucas coisas não fornecidas pela Adidas na final da Copa de 1990 foi o apito do árbitro (SIMON & JENNINGS, 1992: 54).

Em 2013, Adidas e Fifa renovaram a parceria até 2030. Os valores do acordo não foram divulgados, mas segundo a agência *Associated Press*, um patrocínio de quatro anos com a entidade custa cerca de US\$ 100 milhões.

Com o crescimento das transmissões televisivas dos eventos esportivos, abriu-se uma possibilidade de exploração da rentabilidade do esporte-espetáculo (SANFELICE, 2001). O consumo dos produtos esportivos também foi estimulado à medida que o esporte associa-se a outros tipos de produtos vinculados aos espaços publicitários em eventos de grande porte.

A própria Fifa deixou de ser só uma federação esportiva internacional para se transformar em uma grande empresa que investe em marketing para valorizar sua marca através das venda de ingressos, produtos licenciados e direitos de transmissão, além das cotas de patrocínio. A Fifa trabalha com três níveis diferentes de patrocínio. O primeiro engloba seis empresas (Adidas, Coca-Cola, Hyundai/Kia Motors, Emirates, Sony e Visa) que estão ligadas à entidade em todos os projetos. O segundo nível é formado pelos “parceiros de Copas”, que estão presentes em todos os mundiais e seus eventos. Desse grupo fazem parte oito empresas (Budweiser, Castrol, Continental, Johnson e Johnson, McDonald’s, Moy Park, Oi e Yingu). No terceiro e último nível, estão os “apoiaadores nacionais”, marcas dos países-sedes que estão ligadas à Fifa no Mundial. Na Copa de 2014, outras seis empresas se encaixavam nessa categoria (Apex Brasil, Centauro, Garoto, Itaú, Liberty Seguros e Wise Up).

Uma projeção feita pela BDO, empresa de auditoria e consultoria especializada em análises econômicas, financeiras e mercadológicas, indicou que a Fifa iria arrecadar US\$ 5 bilhões com o evento, valor 36% maior do que o arrecadado na Copa de 2010, na África do Sul.

As 32 seleções que disputaram a Copa de 2014 também lucraram com o evento. Nenhuma das seleções tinha menos do que 10 patrocinadores, segundo estudo da consultoria Deloitte<sup>13</sup>. A seleção brasileira, por exemplo, tinha 14 (Nike, Itaú, Vivo, Guaraná Antarctica, Seara, Volkswagen, Mastercard, Samsung, Nestlé, Gillete, Gol, English Town, Seguros Unimed e Michelin), além de três parceiros (Parmigiani, Tenys Pé e Techno Gym). Logo após a Copa, a CBF trocou dois patrocinadores: saíram Seara e Volkswagen e entraram Sadia e Chevrolet.

O número elevado de contratos de patrocínio não ficou restrito ao Brasil. Segundo a agência Euroamericas Sport Marketing, o total de arrecadação das seis seleções sul-americanas (Brasil, Argentina, Colômbia, Uruguai, Chile e Equador) que disputaram a competição foi de US\$ 180 milhões.

Para garantir que os interesses desses patrocinadores sejam atendidos, a Fifa e a organização da Copa adotaram várias medidas. Dentro dos estádios e nos arredores, por exemplo, só podiam ser comercializados cervejas do patrocinador oficial da Fifa, da AB-Inbev. Após os jogos, as entrevistas foram feitas à beira do campo, dentro de uma área delimitada e exclusiva, com *backdrops* dos patrocinadores.

Os próprios jogadores têm seus patrocinadores pessoais e investem em marketing pessoal. Números levantados<sup>14</sup> pelo Controle de Concorrência entre os dias 1º de janeiro e 25 de maio de 2014, a pedido do site globoesporte.com, indicam que o atacante Neymar era o campeão de aparições publicitárias na televisão brasileira com 2.834 inserções e 11 patrocinadores. Não entraram nessa conta jogos e reportagens jornalísticas, apenas os comerciais. Em segundo lugar, aparece a modelo brasileira Gisele Bündchen (2.727) seguida pelo ex-atacante Ronaldo com 2.300 aparições na TV aberta.

Mesmo dentro de campo, os jogadores não esquecem a televisão e o espetáculo. O português Cristiano Ronaldo, eleito duas vezes o melhor jogador do mundo, tem o costume de olhar para os telões instalados nos estádios após uma jogada. Na última

---

<sup>13</sup>Disponível em <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/05/21/copa-batera-recorde-de-audiencia-e-de-arrecadacao-com-publicidade-na-tv.htm> Acesso em 29/09/2014

<sup>14</sup>Disponível em <http://globoesporte.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2014/05/plim-plim-intervalo-comercial-hora-de-neymar-felipao-e-da-selecao-na-tv.html>. Acesso em 29/09/2014

Copa, Neymar também adotou esse hábito. Segundo o site Uol<sup>15</sup>, o camisa 10 brasileiro olhou mais de 30 vezes para o telão no jogo contra Camarões, o terceiro da equipe brasileira na Copa.

Nesse caminho, a evolução dos direitos de transmissão também foi importante. O Mundial de 1990 rendeu US\$ 57 milhões em receitas com direitos de televisão chegando a US\$ 782 bilhões na Copa de 2006.

Até a escolha do país e das sedes da Copa envolve interesses políticos e econômicos. Depois de realizar os Jogos Pan-Americanos de 2007, o Brasil se candidatou para sediar a Copa do Mundo de 2014. Com o sistema de rodízio entre continentes estabelecido pela Fifa e a desistência da Colômbia, o Brasil foi o único país que oficializou sua candidatura sendo confirmado como sede em outubro de 2007.

Com o evento confirmado no Brasil, dezoito cidades se candidataram para receber o Mundial e doze foram escolhidas (Natal, Fortaleza, Recife, Salvador, Manaus, Brasília, Cuiabá, Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre), número maior do que o recomendado pela Fifa. Ficaram de fora: Belém, Florianópolis, Goiânia, João Pessoa, Rio Branco e Teresina.

Há, pelo menos, uma cidade de cada região brasileira, mesmo em locais onde não há clubes de tradição disputando as principais competições de futebol do país, como é o caso de Cuiabá e Manaus.

Países sem tradição no futebol também foram escolhidos para sediar as próximas edições do evento. A Rússia venceu Inglaterra e as candidaturas conjuntas de Espanha/Portugal e Holanda/Bélgica e sediará a competição em 2018. Já o Qatar, que nunca disputou a fase final de uma Copa, derrotou Austrália, Estados Unidos, Japão e Coreia do Sul para conquistar o direito de sediar o evento em 2022.

Os efeitos do futebol globalizado também derrubam barreiras geográficas (ESCHER, 2007). A cada Copa que passa, por exemplo, aumenta o número de jogadores brasileiros que atuam no exterior e diminui o número de atletas que atuam no Brasil. Em 2014, apenas quatro atuavam em clubes brasileiros: Fred (Fluminense), Jô e Victor (Atlético-MG) e Jefferson (Botafogo). Desses, apenas o atacante do Fluminense era titular da equipe. Até países sem tradição no futebol cederam atletas à seleção, como o Canadá com o goleiro Julio Cesar e a Ucrânia com Bernard. Nas Copas de 2006 e 2010 eram apenas três, em cada, os atletas que atuavam no Brasil. É uma tendência do

---

<sup>15</sup> Disponível em <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/06/24/neymar-imita-cristiano-ronaldo-e-nao-para-de-se-olhar-no-telao-na-copa.htm>. Acesso em 29/09/2014.

futebol sul-americano que perde as suas promessas para os principais clubes da Europa e vê seu campeonato local enfraquecido. Na Copa de 2014, uma única seleção tinha os 23 atletas atuando no próprio país: a Rússia.

O rompimento das barreiras geográficas também pode ser percebido no número de atletas naturalizados que disputaram a última Copa por países diferentes dos que nasceram. Foram 85 jogadores naturalizados, sendo que 18 eram franceses naturalizados argelinos. Em alguns casos, a naturalização não tem relação com a cidadania dos pais ou as mudanças políticas dos países, com alguns se tornando independentes nas últimas décadas. É o caso, por exemplo, do brasileiro naturalizado espanhol Diego Costa. O sergipano quase não teve oportunidades no futebol brasileiro e foi vendido ao Braga de Portugal quando tinha 18 anos. Desde então, joga no exterior e construiu grande parte da sua carreira na Espanha, onde jogou por Celta de Vigo, Rayo Vallecano e Atlético de Madrid. As boas atuações pelo clube da capital espanhola renderam uma convocação para amistosos da seleção brasileira em 2013. Novamente convocado no final de 2013, o atacante recusou a convocação para a seleção brasileira e optou por atuar pela seleção espanhola, disputando a Copa do Mundo de 2014 pela Fúria.

Até quem atua e faz do futebol sua profissão admite que o esporte virou uma mercadoria, obedecendo às leis dos empresários e do lucro. Em uma entrevista coletiva na Copa de 2010, o treinador Dunga afirmou que “a seleção brasileira é a melhor mercadoria que o Brasil tem, que expande pelo mundo todo” (LOURENÇO, 2011: 9).

Com as mudanças enfrentadas recentemente, o futebol não fica mais restrito ao público que comparece aos estádios para assistir ao seu clube e torcer por sua seleção. O estádio fica pequeno para as pretensões mercadológicas do esporte. O futebol se volta aos telespectadores e o objetivo do esporte de competição passa a ser o lucro (PRONI, 1998).

#### 4 COBERTURA JORNALÍSTICA DO *LANCE!* NA COPA DO MUNDO DE 2014

Segundo Walter de Mattos Junior, fundador e presidente do Grupo *Lance!*, o planejamento efetivo sobre a cobertura do jornal para a Copa do Mundo começou um ano antes do início do torneio.

Dentro do jornal, já existia uma contagem regressiva para o início da competição. O jornal dedicava pelo menos uma página para abordar assuntos referentes ao evento. Essa página trazia um artigo do jornalista Roberto Assaf sobre a memória de alguma Copa e notícias de algumas das seleções que iriam disputar o torneio.

A 50 dias da Copa, no dia 23 de abril, o jornal publicou um caderno especial de oito páginas sobre a competição. O caderno trazia curiosidades sobre o evento, o *tour* da taça pelo Brasil, serviço sobre a retirada de ingressos, entrevistas com personagens ligados ao evento e, principalmente, as obras (que estavam atrasadas) nos estádios.

A demora na entrega dos estádios ganhou duas páginas de destaque, com a visita do secretário-geral da Fifa, Jérôme Valcke, às instalações esportivas como a Arena Corinthians e a Arena da Baixada, com críticas de Valcke à lentidão nas obras.

Antes do início da Copa, o *Lance!* anexou junto a uma de suas edições um encarte de para explicar como seria a cobertura do jornal durante a Copa. Na capa desse encarte, assinada pelo fundador e presidente do Grupo *Lance!*, Walter de Mattos Junior, foi destacada a mudança no projeto gráfico do jornal para a Copa com uma logo diferente, inclusive. Segundo a contracapa do encarte, “o design ficou mais limpo, com menos cores, fotos mais abertas, tipologia que facilita a leitura e permite títulos mais explicativos”.

A primeira edição com as mudanças foi a de 10 de junho, ou seja, dois dias antes da abertura oficial do evento marcada para 12 de junho.

Há um desejo de simplificação da diagramação. Como a gente estava deslocando recursos para outras coisas, a gente precisava tornar o projeto de diagramação mais simples e mais rápido: menos detalhe e menos “carpintaria” (MATTOS JUNIOR).<sup>16</sup>

O jornal abandonou o que Walter de Mattos Junior chama de “capão”, quando a capa e contracapa do jornal estendidas formavam uma grande capa para o time que foi destaque na rodada do fim de semana. A ideia, que foi copiada em outros países da Europa, segundo o presidente do *Lance!*, foi deixada de lado depois que ele percebeu que os jornalheiros reclamavam e não expunham as capas estendidas nas bancas.

---

<sup>16</sup> Em entrevista concedida à autora



A parte interna do encarte se organiza em sete partes (cobertura, rede mundial, capas, redação multimídia, nova cara do *Lance!*, infográficos e promoções) que explicam como seria a dinâmica do jornal durante a Copa do Mundo.

Dentro dessa cobertura, 25 jornalistas foram credenciados e 150 profissionais ficaram responsáveis por cobrir o evento. Essa equipe é descrita pelo próprio jornal como “uma gente que não fala para o leitor, mas acima de tudo, para o torcedor”, descrição parecida à ideia que deu origem ao *Lance!*: a de fazer um jornal voltado para o torcedor, que fosse semelhante a voz das arquibancadas. O próprio Walter de Mattos Junior defende que o *Lance!* não tem leitor, mas sim torcedor<sup>17</sup>. A promessa do jornal é de fazer “a melhor cobertura de todos os jogos do mundial, com muita estatística e análise de nossos especialistas e convidados”, além de “mostrar os bastidores das principais seleções (...), a movimentação das cidades-sedes, as festas, dicas de culinária e cultura dos países participantes e, dia-a-dia, um serviço completo para quem vai aos estádios e quem ficará em casa de olho na TV”.

Para ajudar nessas análises, o jornal envolveu também sua equipe de oito colonistas (Mauro Beting, Roberto Assaf, André Kfourir, Eduardo Tironi, Alvaro Oliveira Filho, Vitor Birner, José Luis Portella e João Carlos Assumpção).

Na parte chamada de “Rede mundial”, o *Lance!* informa que fez parcerias com 22 jornais estrangeiros em um *pool* formado para ajudar na cobertura do jornal impresso e na edição digital com notícias, análises, fotos, charges e reprodução das capas desses veículos. Até o início da competição, esse número de jornais chegaria a 26. Para o jornal, não há quem entenda melhor da Espanha “do quem vive em Madrid ou em Barcelona”. O *Lance!* durante a Copa buscava “uma visão de jogo, um comentário prévio e pós-jogo de algum jornalista desses outros países”. Os jornais estrangeiros também utilizavam as matérias produzidas pelo diário brasileiro em uma espécie de “escambo do bem” (MATTOS JUNIOR) que não envolvia dinheiro, apenas troca de conteúdo.

Em “Capas”, o *Lance!* traz o exemplo de cinco capas que explicam a trajetória de cobertura nas Copas do Mundo e tentam mostrar, resumidamente, como se deu a cobertura em cada uma dessas edições do evento. A primeira capa destacada é também a do primeiro exemplar do jornal, que circulou em 1997, com uma entrevista exclusiva

---

<sup>17</sup> Em entrevista concedida à autora

com o atacante Romário. Segundo a publicação, “o *Lance!* e a seleção sempre estiveram juntos, desde a primeira edição”.

Ao explicar e comparar sua trajetória com a da seleção brasileira durante as Copas nas legendas das capas, o *Lance!* opta por trazer a visão do torcedor em suas manchetes. Em 1998, com a derrota para a final contra a França, o diário diz que “chorou a derrota, mas não deixou de lado as razões do fracasso” e teve como título no dia seguinte à decisão “Por quê?”. Em 2002 com a conquista do penta, a legenda destaca a história de Ronaldo e comemora junto com a seleção “no título que ainda hoje só a gente tem”. Em 2006, na Alemanha, a manchete dizia “que faltou vestir a camisa” e a capa era um editorial com críticas contundentes à seleção. A capa escolhida para ilustrar a Copa de 2010 na África do Sul é a preferência da torcida brasileira em ter novamente “Felipão” como técnico após a eliminação no torneio.

Embora a Copa do Mundo seja o principal evento futebolístico do planeta, para Walter de Mattos Junior, ela não é o “carro-chefe” do jornal no sentido de alavancar as vendas. Para ele, a vida dos clubes do Rio de Janeiro e São Paulo, locais onde o *Lance!* é mais forte comercialmente, é a razão de existir do jornal. “A gente prefere muito mais que os clubes populares estejam bem, levando torcida ao estádio, disputando campeonato do que a Copa do Mundo” (MATTOS JUNIOR). Para o presidente do jornal, o fato de a seleção brasileira estar bem dentro de campo influencia mais na parte de publicidade e nos anunciantes do diário.

Na parte “Redação multimídia”, o *Lance!* apresenta a proposta das outras plataformas do grupo, como o *L!Mobile*, a *L!TV* e seu portal *Lance!net*, para a competição. O encarte enfatiza os números de cada mídia para mostrar sua grandiosidade (exemplo: um milhão de visitantes únicos/mês na versão para celular) e justificar que a empresa está preparada para fazer a cobertura do evento. Para Walter de Mattos Junior, “a gente tem ganho audiência digital. Primeiro, na internet e mais recentemente nos móveis. A internet canibalizou o papel e os móveis canibalizaram a internet” (MATTOS JUNIOR).

Em “Infográfico”, o jornal diz que apostaria na arte, em uma cobertura com mais infográficos para “facilitar o entendimento do leitor”.

Em “Promoções”, o diário afirma que terá um novo site para as venda de seus produtos que geralmente são disponibilizados em promoções, como as camisas de clubes e seleções.

#### **4.1 Regulamento da Copa do Mundo de 2014**

A primeira fase da Copa do Mundo de 2014 foi disputada por 32 seleções que foram organizadas em oito grupos de quatro seleções cada. A cada grupo correspondia uma letra do alfabeto (de A até H).

A composição de cada grupo é definida pela Fifa através de seu ranking (baseado em critérios técnicos que levam em conta o desempenho das seleções nos últimos anos), por critérios geográficos (por exemplo, um mesmo grupo não pode ter duas seleções sul-americanas) e, por fim, um sorteio, que é realizado meses antes do início da competição.

As melhores seleções do ranking da Fifa, que adota critérios técnicos, são consideradas cabeças-de-chave de seus grupos e enfrentam, em tese, adversários mais fracos. Essa regra existe para evitar grupos muito fortes, com seleções tradicionais e outros muito fracos, com países sem tradição no esporte.

Na primeira fase, todas as quatro equipes jogam entre si nos grupos. São, ao todo, três partidas/rodadas que cada país disputa. As duas seleções mais bem colocadas de cada grupo se classificam para as oitavas de final, lembrando que na primeira fase uma vitória vale três pontos, um empate, um e uma derrota, nenhum.

Dezesseis seleções se classificam para as oitavas de final respeitando as posições da primeira fase, ou seja, o primeiro colocado do grupo A enfrenta o segundo do grupo B e assim por diante. Das oitavas até a final, as seleções se enfrentam em jogo único no sistema “mata-mata”, ou seja, quem perder está eliminado da competição. Em caso de empate no tempo normal de jogo, a partida prossegue por mais trinta minutos (dois tempos de quinze minutos cada). Em caso de nova igualdade no placar, o jogo se decide nas cobranças de pênaltis.

Assim, 16 seleções disputam as oitavas de final e o número vai diminuindo progressivamente: oito nas quartas de final, quatro nas semi até a grande final entre as duas melhores equipes. As seleções que perdem a disputa da semifinal ainda participam da disputa pelo terceiro lugar.

Para facilitar a análise do material coletado, a tabela da competição serviu como base. Os jornais recolhidos são organizados de acordo com as fases da competição: primeira rodada da fase de grupos, segunda rodada da fase de grupos e assim por diante até chegar à final.

## 4.2 Análise da cobertura jornalística

As edições impressas do jornal *Lance!* foram coletadas entre os dias 10 de junho (primeira edição com o novo projeto gráfico para a Copa) e 14 de julho (dia seguinte à final da competição).

A metodologia desenvolvida para a análise dos jornais teve como base a própria organização da tabela e o regulamento da Copa do Mundo. Assim, a análise do material coletado foi feita rodada por rodada durante as duas fases da competição, organizando-se então da seguinte maneira: primeira rodada da primeira fase, segunda rodada da primeira fase, terceira rodada da primeira fase, oitavas de final, quartas de final, semifinais e disputa de terceiro lugar e final.

A opção pela organização de acordo com as fases e rodadas da competição se deu para facilitar o trabalho de coleta e análise do material. Desta forma, ao passo que as seleções vão jogando e disputando as partidas, a análise é feita a cada rodada de acordo com o regulamento da competição expresso no item 4.1.

### 4.2.1 Primeira edição

A primeira edição com o novo projeto gráfico foi publicada no dia 10 de junho, ou seja, dois dias antes da Copa do Mundo.

A cobertura nesse primeiro número privilegia as opiniões e interpretações de especialistas, que nesse caso, são os próprios comentaristas e editores da publicação. Eles opinam sobre a preparação do Brasil para o Mundial, a formação de cada setor do time (defesa, meio de campo e ataque) e contam suas expectativas para o torneio, arriscando até palpites técnicos como quem será o campeão, o destaque e o “mico”.

Há ainda uma coluna opinativa de André Rocha imitando uma prancheta para explicar o esquema e as variações táticas de algumas das seleções, outra com o ex-árbitro de futebol, José Roberto Wright, que analisa a arbitragem da competição e mais duas colunas, na segunda e na última página, além de um artigo na contracapa. Nesses dois últimos, há um revezamento entre os comentaristas do jornal e cada um escreve em um dia específico.

A edição também marca a estreia da “Coluna dos jogadores”, dois artigos de ex-jogadores da seleção brasileira que foram campeões mundiais (o volante Mauro Silva em 1994 e o meia Juninho Paulista em 2002).

O alto número de artigos e colunas é apontado por Walter de Mattos Junior como um dos segredos para o *Lance!* se manter competitivo há 17 anos. Para ele, o

grande número de colunistas traz “uma diversidade de visões e opiniões<sup>18</sup>” (MATTOS JUNIOR).

A ideia de escrever um jornal para os torcedores mais uma vez está presente nas páginas da publicação. Ainda que a maior parte dos jogadores convocados para a seleção não atue no Brasil, o diário faz um levantamento dos clubes pelos quais torciam os jogadores quando crianças (página 7), brincadeira muito comum que os torcedores costumam fazer para atizar rivalidades e tripudiar o adversário.

O jornal, nessa primeira edição, também incorpora em suas páginas algumas das questões levantadas pelos protestos e manifestações que levaram milhões de brasileiros às ruas entre junho e julho de 2013.

Na matéria sobre o que esperam os jornalistas da publicação da Copa do Mundo (páginas 14 e 15), todos os entrevistados não se detêm apenas às questões técnicas sobre quem será o campeão e o melhor jogador, por exemplo, mas também lembram e se preocupam com o legado que um evento de tal porte terá para o país.

Um projeto do *Lance!* com a Unesp chamado “L!Universidade” (página 18) trouxe ainda a opinião de quatro especialistas e acadêmicos sobre quatro temas diferentes como violência, atraso nas obras, transportes públicos e caos aéreo.

Nas demais páginas dessa primeira edição sobre a Copa, o jornal traz o factual das seleções que disputam a Copa, com grande parte da cobertura destinada à chegada e desembarque das seleções no país.

#### **4.2.2 Primeira rodada da fase de grupos**

Na primeira rodada da fase de grupos da Copa do Mundo, que vai do dia 12 de junho até 16 de junho, o *Lance!* privilegia a participação da seleção brasileira na competição e destaca também a adversária da estreia, a Croácia.

Nesse período, o jornal usa como estratégia para apresentar uma seleção o perfil de um jogador ou treinador. O *Lance!* escolhe o principal jogador de uma seleção estrangeira para contar mais detalhes da vida do atleta e apresentá-lo ao leitor, como foi o caso do croata Luka Modric na edição de 12 de junho (página 16). A história pessoal de vida de Modric, que conheceu o futebol em meio à guerra da Croácia para se tornar independente da antiga Iugoslávia e perdeu parentes no conflito, é contada.

---

<sup>18</sup> Em entrevista concedida à autora

Outros jogadores estrangeiros também ganham matérias especiais nesse período, como o zagueiro uruguaio Diego Lugano e o atacante colombiano Teófilo Gutierrez.

O *Lance!* também aposta nos perfis dos brasileiros. No dia 12 de junho (páginas 8 e 9), o jornal destaca a figura do técnico Luiz Felipe Scolari, chamando-o de “paizão”, exaltando seus excelentes resultados em Copa (campeão com o Brasil em 2002 e quarto lugar com a seleção de Portugal em 2006). Não há qualquer crítica a figura do treinador, que é elogiado por suas “atitudes firmes”.

Após a vitória contra a Croácia, o jornal também escreve um perfil de Oscar (páginas 4 e 5), meio-campo brasileiro que fez um dos gols da vitória do time brasileiro e tinha sua titularidade contestada até então.

As seleções que jogam no dia em que o jornal é publicado ganham mais destaque e páginas com a cobertura antes do jogo, factuais sobre quem será o titular e quais serão os desfalques.

Você não pode abandonar isso (a cobertura dos jogos). Tem que dar como foi o jogo também no dia seguinte. Você não pode abandonar a notícia, mas você tem que dedicar mais esforço e mais espaço (MATTOS JUNIOR).<sup>19</sup>

No dia seguinte à partida, as matérias são, de maneira geral, análises dos resultados dos jogos e a parte tática e técnica, através da opinião de vários jornalistas e colunistas do veículo em colunas chamadas “visões”. Para explicar como foi o jogo Brasil e Croácia, por exemplo, o jornal escreve 14 colunas de análises: a visão do jogo, a visão de dentro de campo, a visão do Neymar, a visão da seleção, o papo com Mauro Silva, a visão da torcida, a visão da abertura, a visão da jornada, a visão da torcida croata, além de quatro pequenas colunas dos enviados especiais que assistiram ao jogo em diferentes cidades (Belo Horizonte, Salvador, Brasília e Porto Alegre) e da coluna “Exclamações do editor”, escrita pelo presidente do grupo *Lance!*, Walter de Mattos Junior.

O jornal, de maneira geral, organiza a cobertura das seleções de acordo com os grupos que cada uma está na tabela. O *Lance!* procura agrupar na mesma página as informações das seleções que estão no mesmo grupo, variando o destaque destinado a cada uma delas.

A preocupação com a infraestrutura das cidades-sede e a qualidade dos aeroportos, estádios e transporte também aparece no jornal, ainda que em um espaço menor ao que é dedicado aos jogos propriamente ditos. Na edição do dia 12 de junho

---

<sup>19</sup> Em entrevista concedida à autora

(página 20), o jornal escreve a matéria “Vai ter Copa!” em que diz que “apesar das obras inacabadas, promessas não cumpridas, gastos exorbitantes, previsões de greves e protestos”, a bola ia finalmente rolar. A matéria de página inteira traz notas de um parágrafo com a situação das 12 cidades-sede. Em todas elas, as notas destacam os problemas de infraestrutura que as cidades enfrentavam mesmo com o começo do Mundial marcado para aquele dia.

No dia seguinte a estreia do Brasil, o *Lance!* traz uma análise dos serviços em São Paulo, apontando o que funcionou e os pontos que deram errado dentro do estádios a partir do testemunho de quatro de seus jornalistas que estavam na abertura da Copa. Ao longo da primeira rodada, o jornal publica notas sobre os serviços que não funcionaram como era esperado, como os postos de raio-x em Pernambuco e até da atuação da Polícia Militar, criticada pela Federação Colombiana de Futebol.

Uma matéria interessante nesse período é a que fala nos contrastes entre a estrutura da Copa do Mundo e a condição de vida de alguns brasileiros. Na edição de 16 de junho (página 8), o jornal faz uma reportagem especial em uma escola estadual em frente ao estádio Castelão, em Fortaleza. Embora a reforma do estádio tenha custado R\$ 518 milhões, o colégio apresenta uma infraestrutura precária, com quadras esportivas sucateadas, iluminação ruim e uma merenda de R\$ 0,24 por aluno. É uma reportagem que foge ao padrão da cobertura tradicional de jogos de futebol de noticiar apenas o resultado. Ela investe em um assunto muito tocado nos protestos de 2013: o contraste entre o “padrão Fifa” e a realidade educacional de milhares de brasileiros.

O *Lance!* também antecipa alguns assuntos que ganhariam as manchetes nas semanas seguintes. No dia 16 de junho, a matéria principal (páginas 4 e 5) fala sobre a ansiedade e o descontrole emocional do capitão brasileiro, o zagueiro Thiago Silva, que seria muito criticado por chorar compulsivamente na oitavas de final contra o Chile.

Dois personagens que ganharam destaque nessa primeira rodada continuariam assim até o fim do Mundial: Neymar e Messi. Todos os dias há uma matéria falando de pelo menos um dos jogadores. O brasileiro é exaltado pelo jornal, que destaca sua maturidade, apesar da juventude. Já o argentino é muito cobrado e é criticado mesmo quando faz gol. Em uma matéria do dia 14 de junho (página 24), o *Lance!* compara a atuação em Copas do Mundo de Messi com Neymar, lembrando que o argentino têm mais partidas e menos gols e o chamando de *vergüenza* (vergonha em português).

Tem toda essa gozação de Brasil e Argentina. Tem provocação proposital (...) Tem essa história de puxar o pé do Messi. Se amanhã

tiver outro jogador argentino importante, a gente vai continuar a fazer isso. Faz parte da nossa cultura. Tem talvez 10% da população brasileira que torce para a Argentina. Noventa por cento torce contra. Então, a gente reflete isso e se diverte (MATTOS JUNIOR).<sup>20</sup>

#### 4.2.3 Segunda rodada da fase de grupos

Na segunda rodada da fase de grupos, entre os dias 17 a 22 de junho, o *Lance!* repete estratégias e temas abordados na primeira rodada da competição.

O diário privilegia a cobertura da seleção brasileira, sempre dedicando a ela um maior número de páginas.

Nesse período, o jornal destaca em uma de suas matérias no dia 21 de junho (páginas 6 e 7), os poucos treinamentos realizados pela equipe brasileira, que prefere dar folga aos jogadores. É a primeira reportagem com tom mais crítico a preparação da equipe brasileira. Até então, o diário trazia apenas notícias positivas da seleção.

É interessante perceber como o jornal vai construindo e mudando a imagem da seleção brasileira e seus personagens ao longo da Copa. No dia 22 de junho (páginas 4 e 5) o diário exalta a atuação da defesa brasileira, que só tinha sofrido um gol em 2014 e diz que o setor passa ileso às críticas. Mas ao final da Copa, depois da goleada para a Alemanha, o setor defensivo brasileiro seria um dos mais criticados.

Também ganham mais espaço no jornal as seleções que atuaram na véspera e as que atuarão no dia em que o jornal foi publicado. Depois de uma partida, o *Lance!* traz as informações e faz uma análise do jogo, atribuindo notas a todos os atletas que entraram em campo e investe também na opinião e colunas para analisar os jogos. Na partida, por exemplo, entre Alemanha e Gana, além da visão do jogo, há a visão da Alemanha, feita pelo enviado especial e a análise de dois jornais parceiros do *Lance!:* o alemão *TZ* e o camaronês *Ghana Soccernet*.

Antes da partida, o jornal costuma se prender mais ao factual, com informações como o retrospecto recente entre as equipes e as escalações de cada seleção.

O jornal também continua apostando em perfis de jogadores, geralmente atletas que se destacaram na primeira rodada da Copa do Mundo. Exemplos de perfis publicados nesse período são o do atacante Joel Campbell, da Costa Rica, Oribe Peralta, do México, Luiz Gustavo, do Brasil, e Ibisevic, da Bósnia. Mais do que apenas as questões técnicas e táticas, o *Lance!* explora nos perfis “histórias de vida”, como a do

---

<sup>20</sup> Em entrevista concedida à autora



atacante bósnio que teve familiares assassinados no conflito étnico com a Sérvia e fez o gol que classificou o país para disputar sua primeira Copa do Mundo.

Um assunto recorrente nesse período é a preocupação do jornal com a segurança dos estádios, mesmo antes da invasão dos torcedores chilenos ao centro de imprensa do Maracanã na partida contra a Espanha. No dia 17 de junho (página 21), o jornal lembra que um grupo de argentinos pulou o muro do estádio carioca e forçou os portões na partida contra a Bósnia e alerta para as falhas na segurança. No dia 20 de junho, após a invasão dos torcedores chilenos ao centro de imprensa, o jornal critica os responsáveis pela segurança do estádio. “Nem parece que teve caos” é a manchete da matéria (páginas 22 e 23) que mostra que os representantes do Comitê Organizador e do governo ficaram satisfeitos com as operações de contingência no caso da invasão. Para contestar a posição oficial, o *Lance!* traz uma série de fotos mostrando a confusão e aponta 12 erros cometidos pela segurança na entrada do estádio. O assunto se estendeu nos dois dias seguintes, com notas sobre uma reunião das autoridades para melhorar a segurança e a proibição dos torcedores que invadiram o Maracanã de frequentar estádios no Chile.

Como não há espaço no jornal para notícias de todas as seleções, o *Lance!* privilegia a seleção brasileira, a cobertura do jogos da véspera e as partidas do dia em que o jornal é publicado. Matérias sobre as demais seleções podem aparecer nas páginas de cada grupo ou na última página com a cobertura da Copa, feita só de notinhas. No dia 21 de junho, por exemplo, uma página (página 21) foi destinada para Espanha, Holanda e Chile, mas a seleção da Austrália, sem tradição no esporte e, até então com duas derrotas na competição, não ganhou nem uma nota nesse dia nem no seguinte.

O jornal também dedica algumas páginas nesse período à Argentina, mais especificamente ao aumento dos torcedores do país. No dia 17 de junho (página 20), o diário mostra preocupação com a grande quantidade de argentinos que circulam no Rio de Janeiro e reclama da sujeira e do tumulto que eles provocam. No dia 20, o jornal escreve sobre o aumento do número de torcedores argentinos em Belo Horizonte e dois dias depois noticia a prisão de 19 torcedores do estádio do Mineirão. Em relação à atuação da equipe comandada por Alejandro Sabella, o jornal destaca a atuação de Messi, como se ele fosse um “salvador da pátria”, o único que é elogiado na equipe.

#### 4.2.4 Terceira rodada da fase de grupos

Na terceira rodada da fase de grupos, que ocorreu entre os dias 23 a 26 de junho, as seleções brigavam por garantir um lugar entre as duas melhores equipes de seus grupos para assim se classificar para as oitavas de final da competição.

Na cobertura do Brasil, as matérias destacavam o jogo contra Camarões, decisivo para garantir a classificação para a próxima fase. A cobertura do jogo também explorou as opiniões e comentários dos jornalistas da publicação com as visões: do jogo, a do árbitro, do herói (Neymar), da seleção, do histórico (já projetando o confronto das oitavas de final, Brasil e Chile), da torcida, além do papo com Mauro Silva e as “Exclamações do Editor”.

A cobertura do *Lance!* aposta mais uma vez em personagens conhecidos da torcida brasileira e pautas que já foram temas de outras reportagens. O técnico Luiz Felipe Scolari tem sua trajetória revisitada em matéria no dia 23 de junho (página 11), lembrando que ele podia se tornar o treinador com maior número de vitórias em Copas do Mundo. Neymar, após os dois gols contra a seleção de Camarões no estádio Mané Garrincha, também é elogiado, chamado de espetacular e comparado ao jogador que dá nome ao estádio nacional de Brasília (páginas 4 e 5).

O jornal faz uma matéria semelhante a que foi publicada na segunda rodada sobre o bom desempenho da “quase perfeita defesa brasileira”. A reportagem agora muda apenas parcialmente o enfoque, lembrando que os dois gols sofridos pela equipe foram em jogadas pela direita.

Uma das novidades anunciadas pelo jornal em seu encarte especial sobre a Copa, que explicava como seria a cobertura do Mundial, volta a aparecer: o infográfico. O recurso, que não foi muito utilizado nas duas primeiras rodadas, faz um balanço dos 100 jogos do Brasil em Copas do Mundo, com levantamento sobre quais foram os jogadores que mais atuaram, os adversários mais frequentes e os maiores artilheiros.

O assunto segurança volta a ser tema de várias matérias e inclusive é o aspecto escolhido para a cobertura do pós-jogo entre Bélgica e Rússia, partida realizada no Maracanã. O jornal destaca o “esquema de guerra” montado dentro e fora do estádio, comparando ao jogo entre Espanha e Chile e elogiando as mudanças feitas na segurança.

Os protestos, que levaram milhões de pessoas às ruas entre junho e julho de 2013, voltaram a acontecer em algumas cidades do país e renderam uma reportagem no

*Lance!* (página 12) pela primeira vez desde o início da Copa. O jornal noticia o protesto, considerado pacífico, realizado por 80 manifestantes antes do jogo da seleção em Brasília. Segundo o diário, o grupo pedia melhorias sociais, na saúde, nos transportes e na infraestrutura do país.

A segurança também foi o pano de fundo de uma interessante reportagem especial (páginas 18 e 19) feita pelo jornal no dia 25 de junho sobre “o lado obscuro da Copa”. O *Lance!* relata o caso de ingleses que vieram ao Brasil e que são atacados por integrantes de torcidas organizadas e que tem suas bandeiras e faixas roubadas. O jornal ressalta que nem todos os ingleses atacados são *hooligans*, como ficaram conhecidos o grupo de ingleses que na década de 1980 levavam terror aos estádios da Europa e matavam torcedores rivais. A reportagem também mostra que muitas das bandeiras carregadas por esses torcedores trazem mensagens subliminares com ideologias nazi-fascistas.

Outra matéria interessante e que foge ao padrão de registrar os jogos da competição e o dia-a-dia das seleções é na coluna L!Bizz, seção de marketing esportivo que já existia antes da Copa no jornal. A matéria (página 10) descreve os patrocinados do evento e explica como marcas pouco conhecidas da maior parte dos brasileiros, como a fabricante de painéis solares Yingli Solar e a seguradora Liberty Seguros utilizaram o Mundial para reforçar suas marcas no país.

#### **4.2.5 Oitavas de final**

As oitavas de final da Copa do Mundo de 2014 começaram no dia 28 de junho e foram até 1º de julho. Para essa etapa, disputada no sistema de mata-mata, ou seja, quem perde é eliminado da competição, se classificaram 16 seleções (Brasil, Chile, Colômbia, Uruguai, França, Nigéria, Alemanha, Argélia, Holanda, México, Costa Rica, Grécia, Argentina, Suíça, Bélgica e Estados Unidos).

O *Lance!* volta a apostar na figura de Neymar e nas comparações do camisa 10 brasileiro com ex-atletas. Depois de ser comparado a Garrincha, agora o jornal o compara a Pelé (páginas 4 e 5), afirmando que Neymar tem mais gols pela seleção brasileira do que o Rei do Futebol na mesma idade, embora não tenha nenhum título de Copa do Mundo, quando Pelé nessa idade já tinha dois.

Como já havia noticiado anteriormente, o *Lance!* volta a tocar no descontrole emocional da seleção brasileira (páginas 4 e 5), principalmente após a vitória nos

pênaltis contra o Chile em que vários jogadores, como o capitão Thiago Silva choraram com a partida ainda em andamento.

Durante as oitavas de final, o jornal utiliza com mais frequência os infográficos. Há um para comparar as performances de Brasil e Chile em Copas (página 15) e outro sobre a evolução do futebol nas Américas (página 26).

Com o fim da primeira fase do torneio, o jornal realiza uma votação entre jornalistas estrangeiros para eleger o craque da competição até ali (página 27) e Neymar é novamente apontado como destaque. Nessa votação, foram ouvidos repórteres dos veículos que trabalham em formato de parceria com o *Lance!*. A parceria entre o diário e os jornais estrangeiros também rende matérias como o perfil do atacante argentino Ezequiel Lavezzi escrito pelo *Olé* (página 22).

Com uma pauta diferente do que a tradicional cobertura dos jogos e das seleções envolvidas, o jornal publica uma matéria em 28 de junho (página 24) sobre o Ramadã, mês em que tradicionalmente os muçulmanos praticam o jejum e que começaria no mesmo dia das oitavas. A discussão levantada é sobre se isso poderia afetar em campo o rendimento dos atletas. O diário faz um breve resumo sobre o que é o Ramadã, cita alguns jogadores muçulmanos e ouve um especialista em hidratação para opinar sobre a questão. O assunto é retomado no dia 30 de junho como mote principal da matéria sobre o jogo França x Nigéria (página 22).

Tem palavras que a gente pratica muito (...) como a questão do contexto, que é explicar não só a notícia, mas dar porque ela aconteceu e no que ela vai implicar daqui para frente, o desdobramento que pode ter isso. A gente está chamando isso tudo de valor agregado à notícia. A notícia é muito importante, mas a gente usava 90% do nosso esforço para produzir notícia e 10% para opinião. Agora, nós estamos tentando mudar isso. Hoje talvez o esforço para produzir notícia seja 50% e os outros 50% seriam para adicionar valor a essa notícia (MATTOS JUNIOR).<sup>21</sup>

Como metade das 32 seleções que começaram a Copa do Mundo já estava eliminada, o *Lance!* privilegia as equipes que ainda continuavam na disputa da competição. As notícias das demais seleções só aparecem e mesmo assim quando o fazem, em notinhas na última página voltada para a cobertura do Mundial.

Isso (de priorizar as seleções que ainda estão na disputa) acaba acontecendo naturalmente. A notícia vai se impondo. Você tem uma seleção como a Costa Rica, que eventualmente no início da Copa você não estava planejando uma grande atenção, e de repente ela começa a

---

<sup>21</sup> Em entrevista concedida à autora

se destacar como a Colômbia. (...) Você vai observando ao longo da competição e ajustando a cobertura (MATTOS JUNIOR).

#### 4.2.6 Quartas de final

As quartas de final da Copa do Mundo de 2014 foram disputadas nos dias 4 e 5 de julho por oito seleções: Brasil, Colômbia, França, Alemanha, Holanda, Costa Rica, Argentina e Bélgica.

Nessa fase da competição, o jornal recorre a muitas matérias que envolvem o retrospecto e o passado das equipes com o uso das estatísticas. No dia 4 de julho (página 8), por exemplo, o *Lance!* lembra que as quartas de finais são historicamente complicadas para o Brasil, que já foi eliminado cinco vezes nessa fase. Ao abordar a partida entre Argentina x Bélgica (páginas 24 e 25), o diário também usa a estatística para lembrar que é o duelo entre a seleção com maior média de idade das quartas de final (Argentina) com a mais nova (Bélgica).

Outra vez, o jornal elogia a dupla de zaga brasileira formada por Thiago Silva e David Luiz, que estava há 25 jogos invicta pela seleção brasileira e lista os jogos dessa sequência, além de relembrar a invencibilidade de outras duplas de zaga (páginas 4 e 5).

O jornal também recorre à história para lembrar que outras duas seleções que se enfrentam na competição (Alemanha e França) têm um histórico de guerras, como a Guerra Franco-Prussiana e a Primeira e a Segunda Guerra Mundial (página 21).

Um assunto que foi manchete nos principais jornais do país nesse período também ganha espaço no *Lance!*, mas em forma de nota (página 29): a queda de um viaduto em Belo Horizonte na Avenida Pedro I. O jornal escreve sobre o desenrolar da tragédia e lembra que o local é importante via de acesso ao estádio do Mineirão, um dos palcos das semifinais.

#### 4.2.7 Semifinais

As semifinais da Copa do Mundo foram disputadas nos dias 8 e 9 de julho por Brasil, Alemanha, Argentina e Holanda.

Com apenas quatro seleções na disputa, o jornal prioriza os jogos da semifinais e as notícias relacionadas à eles, com pouco espaço para as demais equipes. As seleções eliminadas só ganham espaço no dia 7 de julho (página 24) em notas que mostram as recepções de Costa Rica e França ao voltarem para o país de origem.

Com menos seleções para cobrir, o jornal continua apostando nas estatísticas e memória dos confrontos. No dia 8 de julho (página 14), por exemplo, o jornal lembra que Brasil e Itália chegaram ao tetra vinte e quatro anos após o tri e pergunta se o mesmo pode acontecer com a Alemanha. O *Lance!* também recorre aos números para mostrar que a dupla de ataque titular alemã tem o dobro de gols que todo o provável time titular brasileiro em Copas do Mundo.

Apesar da lesão de Neymar, que se machucou contra a Colômbia e ficaria fora de todo o restante do torneio e a suspensão de Thiago Silva, o jornal pedia que a seleção jogasse pelos dois atletas e se superasse em campo.

O jornal aproveita a definição dos semifinalistas para investir em matérias que abordassem as quatro equipes. No dia 7 de julho (páginas 22 e 23), ouve a opinião dos jornalistas estrangeiros que atuavam em parceria com o *Lance!* para perguntar quem seria o melhor da Copa: David Luiz, Müller, Messi ou Robben. No dia seguinte (páginas 20 e 21), o jornal faz um levantamento interessante sobre os treinos das quatro seleções. Ao relembrar e detalhar o dia-a-dia da preparação durante a Copa de cada um dos semifinalistas, ele abre discussão sobre qual seria a forma mais adequada de treinamento. Para isso, abre espaço para seus colunistas e imprensa estrangeira.

O diário continua provocando os argentinos e minimiza a classificação depois de 24 anos para uma semifinal da seleção de Messi (páginas 16 e 17). Segundo o *Lance!*, o país só encontrou “molezas” até então no Mundial: não sofreu com as viagens longas, enfrentou rivais sem tradição no futebol, não teve problemas como lesões de jogadores e erros de arbitragem.

O jornal segue com a cobertura da queda do viaduto na avenida Pedro I em Belo Horizonte (página 11) e lembra que mesmo com a proximidade com o jogo Brasil e Alemanha que seria disputado no estádio do Mineirão, os escombros do local ainda estariam à mostra. Aproveitando o tema, o diário ressalta a possibilidade de criação de uma CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) para investigar as obras de mobilidade urbana na cidade.

Outro assunto que foi manchete nos principais jornais do país e ganhou espaço na cobertura do *Lance!* (página 23) foi a prisão de Raymond Whelan, diretor-executivo da *Match*, empresa responsável pela venda de ingressos para a Copa.

Após a goleada sofrida pelo Brasil para a Alemanha, o *Lance!* adota uma postura diferente em suas páginas e fala em “humilhação” e “vexame”. O fraco desempenho da

seleção toma conta do jornal, que dedica 14 páginas à cobertura do jogo, sendo as duas primeiras com o fundo preto.

O descontentamento com o desempenho da seleção pode ser percebido até nas notas que o jornal confere aos jogadores. Na equipe do Brasil, a maior média (2,3) é dada ao meia Oscar, autor do único gol da seleção brasileira no jogo. Já pelo lado da Alemanha, são cinco notas dez: Philipp Lahm, Toni Kroos, Miroslav Klose, Sami Khedira, além do técnico Joachim Löw.

Até a seção tradicional de fotos do jornal, que costuma trazer as reações dos torcedores no estádio, reflete o clima de insatisfação. Tradicionalmente chamada de “Fotos quentes”, na edição do dia 9 de julho ela vira “Fotos tristes no Mineirão” (página 12).

Outras cinco páginas do jornal são dedicadas ao confronto Argentina x Holanda, A outra única página (página 19) que não fala de algum dos jogos da semifinal retoma o caso do diretor-executivo da *Match*, Raymond Whelan, preso e liberado no dia seguinte após o pagamento de fiança. As outras três notas da mesma página falam sobre uma possível punição ao colombiano Zúñiga pela falta em Neymar, a retirada das arquibancadas móveis no estádio da Fonte Nova e críticas do ex-treinador Cesare Prandelli ao atacante italiano Mario Balotelli. As outras seleções que disputaram a Copa sequer são citadas.

#### **4.2.8 Terceiro lugar e final**

Depois das semifinais, o torneio ficou dois dias sem ter jogos até 12 de julho, data da disputa de terceiro lugar, e 13 de julho, data da grande final.

Com a goleada para a Alemanha, a postura do *Lance!*, que antes era de elogios ao técnico Luiz Felipe Scolari, mudou completamente. No dia seguinte à derrota (páginas 4 e 5), o jornal já começa a especular possíveis nomes para assumir o cargo de treinador da seleção e ouve a opinião de colunistas do jornal e especialistas, ainda que Felipão ainda estivesse oficialmente no cargo. O diário chama o desempenho do treinador de “sofável” e critica Scolari por, mesmo após a derrota, achar que o trabalho foi bem feito e não reconhecer as falhas no planejamento.

Outro aspecto interessante é a forma como o jornal mudou de opinião sobre a zaga brasileira após as derrotas para Alemanha e Holanda, sobretudo a primeira. Como já foi mostrado aqui, a defesa brasileira era vista como uma das melhores do mundo e um dos destaques da equipe brasileira. Mas após sofrer dez gols em dois jogos, a zaga,

que sonhava não sofrer gols na Copa, passou a ser criticada e chamada de “arruinada” (página 8).

O *Lance!* adota uma nova postura com a seleção brasileira, pedindo mudanças na comissão técnica do Brasil e no comando da CBF, bem diferente das atitudes anteriores de exaltação aos jogadores brasileiros e a seleção do país.

Eu gostaria que a gente tivesse conseguido mostrar as fragilidades da seleção com mais competência. Um desejo *ex-post*. A gente trabalha com paixão. Na torcida pelo Brasil ir bem, talvez a gente não tenha oferecido um material com análise mais fria do real potencial dessa seleção, embora a gente não tenha sido “pacheco”. Mas eu gostaria que a gente tivesse sido um pouquinho mais crítico (MATTOS JUNIOR).<sup>22</sup>

O jornal passa a investir em matérias especiais que contam a história e no exemplo da seleção alemã que, após o fracasso na Eurocopa de 2000 quando ficou em último lugar em seu grupo, apostou no planejamento em longo prazo, organização de seus campeonatos locais e investimentos em novos talentos. Nesse período entre a disputa de terceiro lugar e a final, são três matérias com essa temática.

Mesmo a dois dias da final, o jornal antecipa a cobertura da decisão já projetando o duelo entre Argentina x Alemanha com cinco páginas no dia 10 de julho. Esse número ia progressivamente aumentando até chegar a 12 páginas no dia seguinte à decisão.

Ainda que a maior parte do jornal seja dedicada ao jogo final, o *Lance!* traz no dia 11 de julho (página 20) uma reportagem especial que mostra que o Grupo Águia, empresa de um amigo do ex-presidente da CBF, Ricardo Teixeira, faturaria R\$ 600 milhões com a venda de ingressos de hospitalidade na Copa.

Com a derrota brasileira na semifinal, o jornal dá pouco destaque para a disputa de terceiro lugar entre Brasil e Holanda a quem chama de “prêmio de consolação” e prioriza mesmo a final lembrando os confrontos recentes (duas finais de Copa já haviam sido disputadas entre Argentina x Alemanha), personagens históricos e comparações (Messi x Maradona, Zagallo x Billardo, Thomas Muller x Gerhard Muller).

O jornal também faz uso dos infográficos para ilustrar o desempenho do Brasil em todos os Mundiais e os ataques mais positivos da história da competição (páginas 13 e 15).

A vitória da Alemanha sobre a Argentina é vista como “justa e merecida”. As reportagens no dia seguinte são feitas a partir da cobertura factual do jogo, do relato da

---

<sup>22</sup> Em entrevista concedida à autora



partida e da visão do jogo de diferentes colunistas do jornal. Um é escalado para escrever a visão geral do jogo, como se fosse a crônica da partida, dois são responsáveis pela visão das seleções (um para cada), um para comentar a arbitragem, outro elege um vilão (Higuaín) e escreve sobre ele, três fazem sobre jogadores específicos (Messi, Klose e Müller), um escreve sobre como foi a madrugada no Rio após a conquista alemã, outro descreve o clima na capital Buenos Aires e, por fim, um escreve a visão da torcida alemã e outro a da argentina. Além disso, também há a visão dos jornais estrangeiros de cada uma das seleções envolvidas na final, o argentino *Olé* e o alemão *TZ*.

A grande quantidade de colunas e artigos de opinião foi uma das soluções encontradas por Walter de Mattos Junior para escrever o jornal impresso, publicado só no dia seguinte, em uma era em que cada vez mais se acessa a internet e os dispositivos móveis em tempo real ao jogo.

Mas a maior marca dessa última Copa, eu acho que foi a questão digital. Foi a Copa na qual a gente não segurava nada. Tudo o que a gente tinha ia pro digital. A única coisa que ficava embargada eram as colunas (MATTOS JUNIOR).<sup>23</sup>

Embora durante a Copa do Mundo, a prioridade do *Lance!* tenha sido o evento entre as seleções, o jornal sempre manteve a cobertura dos clubes brasileiros, do futebol internacional e de outros esportes em suas últimas páginas e aproveitou o dia seguinte a final para lembrar os seus leitores que o “Vaivém do mercado”, seção do jornal que mostra as contratações e especulações das equipes brasileiras estaria de volta no dia seguinte. A decisão de manter a cobertura dos clubes mesmo durante a Copa é antiga, segundo Walter de Mattos Junior, e vem desde 1998. “Nós temos que produzir material porque o torcedor espera. Esse desafio é enorme. No mínimo, uma página por clube por dia” (MATTOS JUNIOR).

Depois da Copa do Mundo, Walter de Mattos Junior avaliou como positiva a cobertura do *Lance!*, mas confessou que sentiu falta do furo jornalístico.

Eu gostaria que a gente tivesse tido furo, mas me diga uma publicação brasileira que teve? Na outra Copa, a gente teve. Na Copa anterior, a gente teve aquele caso da chuteira do Ronaldo<sup>24</sup>, que foi um furo nosso. Está cada vez mais difícil você dar um furo porque é muito controlado, você não tem acesso e eles controlam até a conversa. Jogador não pode ter acesso a ninguém. Isso é uma coisa a se

<sup>23</sup> Em entrevista concedida à autora

<sup>24</sup> No último amistoso antes da Copa de 2006, Ronaldo foi substituído com dores. Depois, descobriu-se que o atacante tinha grandes bolhas no pé causadas pelo novo modelo de chuteira que estava usando

lamentar, não só para o *Lance!*, mas para o jornalismo como um todo (MATTOS JUNIOR).

#### 4.3 – Capas selecionadas – do ufanismo a indignação

Do início da Copa do Mundo até a final da competição, o *Lance!* adotou posturas diferentes em relação à cobertura da seleção brasileira, sobretudo em suas capas.

Um dos designers presentes no primeiro projeto gráfico do jornal passou a Copa de 2014 no Brasil, o que foi considerado fundamental por Walter de Mattos Junior “O trabalho de capa conseguiu ser feito com uma qualidade maior. “As capas têm que seguir uma cara do *Lance!*: gerar emoção e impacto” (MATTOS JUNIOR).

Apontada por vários especialistas, inclusive os jornalistas do diário, como uma das favoritas para a competição, se não a maior, a seleção brasileira estava credenciada pelos bons resultados recentes sob o comando do técnico Luiz Felipe Scolari e apostava na mesma base que se sagrou campeã com o treinador na Copa das Confederações em 2013.

O fato de jogar em casa e ao lado de sua torcida também era visto como um dos fatores que ampliavam o favoritismo da seleção, ainda que diante de cenário semelhante, o Brasil tenha sido derrotado pelo Uruguai na final da Copa de 1950.

Na capa da edição especial publicada em 10 de junho de 2014, dois dias antes da estreia na competição, o clima era de esperança. Com a manchete “Lá vamos nós” e uma caricatura de Neymar estendendo a mão para alcançar a taça, ao passo que no fundo, sombras de torcedores repetiam o mesmo gesto, o jornal aproveitava da expectativa da estreia para apresentar aos leitores seu novo projeto gráfico desenvolvido para o Mundial.

A capa traz ainda o início do editorial assinado por Walter de Mattos Junior, presidente e fundador do *Lance!*, editorial esse que raramente faz parte da primeira página.

Em sua suas capas e manchetes, o *Lance!* privilegia a participação da seleção brasileira na competição. No dia da estreia do Brasil na competição, no jogo contra a Croácia, o jornal adota um tom ufanista com uma capa que imita a bandeira no país com algumas modificações. O círculo azul central da bandeira tem os gomos de uma bola e a frase da faixa branca é #SOMOSTODOSBRASIL. O jornal se apropria, nesse caso, de

dois elementos muito utilizados nos protestos de 2013, a bandeira brasileira e o uso da *hashtag*.

O jornal destaca o caráter histórico do dia, a estreia do Brasil na competição e mais uma vez aposta na figura de Neymar, trazendo umas aspas do jogador logo na capa. O jornal trata os atletas com esperança, como os possíveis heróis que podem trazer o hexacampeonato, o primeiro título mundial em casa, para os brasileiros. Na véspera da partida com a Alemanha, Neymar, mesmo machucado e sem poder jogar, ganha mais uma vez a capa do jornal, com uma máscara do jogador para ser recortada e utilizada pelos torcedores. A capa, chamada de “É tóis” e feita por Ary Moraes e Daniel Bortoletto, foi uma das finalistas indicadas<sup>25</sup> ao prêmio Esso de Jornalismo na categoria “Primeira Página”.

Nas poucas vezes em que a seleção Brasileira não é o assunto principal da capa, o jornal opta por destacar a Argentina, provocando e ironizando, apimentando ainda mais a relação entre os dois países, algo que o diário *Olé* já faz desde seu início.

Na primeira capa destinada à Argentina, no dia seguinte após a vitória contra a Bósnia, o jornal destacou a má atuação da equipe e a vitória apertada com a manchete “Só isso?!”

O único argentino que ganha elogios do jornal é Messi, eleito quatro vezes o melhor jogador do mundo pela Fifa. Messi é tido pelo jornal como um “deus”, como pode ser visto na capa do dia 22 de junho em que uma figurinha dele está ao lado de uma santa, o único capaz de salvar a Argentina na Copa.

Mas até nos elogios ao craque, o *Lance!* não esquece a rivalidade Brasil-Argentina. Após mais uma boa atuação do camisa 10, contra a Nigéria, o diário diz que em breve ele será melhor que Maradona, mas faz uma lista de brasileiros que, segundo o *Lance!*, são melhores que os dois argentinos.

As provocações aos argentinos continuaram durante toda a Copa do Mundo, como no dia 1º de julho em que o jornal destaca a classificação dos chamados “grandes do futebol” para as quartas de final: Brasil, Holanda, França e Alemanha, fingindo “esquecer a Argentina”.

Quando não destaca Brasil ou Argentina em sua capa, o *Lance!* opta por usar o humor misturando elementos da cultura tradicional das seleções, como a receita da “baguete mecânica” após a França golear a Suíça por 5 a 2 ou uma montagem dos

---

<sup>25</sup> Disponível em [http://www.premioesso.com.br/site/noticias/release\\_2014\\_04.aspx](http://www.premioesso.com.br/site/noticias/release_2014_04.aspx). Acesso em 16/10/2014.

jogadores ingleses atravessando a famosa “Abbey Road” depois de perderem para o Uruguai e praticamente serem eliminados na competição.

O tom ufanista e as capas em o apoio à seleção é rompido de vez após a derrota do Brasil para a Alemanha por 7 a 1. No dia seguinte, o jornal opta por uma capa em branco com apenas algumas frases embaixo. O *Lance!* convida o leitor a fazer sua própria capa, escrevendo e expressando seus sentimentos. Mas o próprio jornal dá pistas de sua opinião sobre a atuação do Brasil ao escolher substantivos que expressam ideias de contrariedade e negatividade como “indignação” e “vergonha”. Essa capa, elaborada pelo editor-chefe Luis Fernando Gomes, o editor-executivo Daniel Bortoletto e Fernando Rapa Uribe, também foi uma das cinco finalistas indicadas ao Prêmio Esso de Jornalismo na categoria “Primeira Página”.

As capas com críticas à seleção brasileira continuam até o dia seguinte após a final da competição, disputada entre Alemanha e Argentina.

Na capa do dia 14 de julho, o *Lance!* volta a recorrer a uma imagem ufanista, uma mão aberta com a bandeira do Brasil, em alusão aos cinco títulos mundiais da seleção brasileira, e apela para o histórico de conquistas brasileiras em Copas para pregar respeito à seleção brasileira. Apesar da imagem, o jornal lembra que, caso o país deseje conquistar um novo título, precisará passar por várias mudanças.

O resultado da final ganha menor destaque na capa diante do discurso de respeito à camisa brasileira e, novamente, o *Lance!* provoca a Argentina ao agradecer ao alemão Götze pelo gol marcado.

As capas com humor e que exaltam uma seleção ou clube são uma das características encontradas pelo jornal para falar com o seu público-alvo, se aproximando dos jovens leitores ao ouvir o grito das arquibancadas e tornando-o a inspiração diária.

## 5 CONCLUSÃO

A relação entre imprensa e esporte no Brasil é bem anterior a chegada do futebol moderno introduzido no país por Charles Miller, brasileiro filho de pais ingleses, em 1864.

Um dos primeiros esportes a ser praticado em solo brasileiro foi a tourada, que já era realizada no país desde o século XVIII, mas ficou mais popular no século seguinte com as festas promovidas pelos representantes da Corte Portuguesa que moravam no Brasil.

Até o final do século XIX, no entanto, ainda não havia um espaço específico para as notícias esportivas nos jornais, que se misturavam com as de outras editorias. Naquela época, havia duas formas para se divulgar um evento esportivo: o jornal podia publicar notícias sobre a programação e o regulamento de uma competição ou os próprios responsáveis pelo evento pagavam por anúncios das modalidades.

Foi dessa segunda maneira, por exemplo, que o turfe ganhou espaço na imprensa: um anúncio em forma de manifesto publicado no *Jornal do Commercio* deu origem à criação do primeiro clube de turfe do país, que disseminaria o esporte.

Outro periódico que abriu suas páginas para o turfe foi o *Jornal do Brasil*, que logo em sua segunda edição trouxe três notícias sobre o esporte em uma de suas colunas e depois criou seções e colunas específicas para o tema.

Mas até o final do século XIX, a maior parte dos periódicos e revistas que falavam sobre esportes no país eram fruto de iniciativas individuais de pessoas que queriam ver as práticas mais difundidas. Como não havia uma base fixa de leitores interessados, grande parte das publicações teve vida efêmera.

A relação entre imprensa e esporte no Brasil mudaria completamente com a chegada e posterior popularização do futebol no país.

Inicialmente, a imprensa não se interessou pelas partidas oficiais do esporte bretão que eram disputadas no país. Os jornais não enviavam repórteres para os jogos e quando o faziam, esses não conheciam as regras do esporte e tinham dificuldades para relatar o que tinha acontecido. O futebol só ganharia espaço na imprensa esportiva em 1902 com a criação da Liga de Futebol de São Paulo, entidade criada para difundir o esporte entre as elites paulistanas.

O futebol era um esporte praticado pelas elites e a cobertura dos jornais na época, sobretudo os paulistas era tida como “tendenciosa” pelo jornalista André Ribeiro (2007) ao privilegiar as matérias e reportagens dos times das elites cafeeiras como o

Paulistano e não abrir espaço para demais equipes, como o Palestra Itália, ligado aos imigrantes italianos.

O futebol só se tornaria o esporte preferido dos brasileiros e da imprensa, desbancando o remo e o turfe, após a conquista do Sul-Americano de 1919 pela seleção brasileira, disputado no Brasil.

Entre 1912 e a década de 1930, houve uma “explosão” na imprensa esportiva no Brasil, que cresceu 1.060%, passando de cinco para 58 jornais como o *Jornal dos Sports*, maior sucesso editorial da época e que dedicava diariamente quatro páginas ao tema e a reestruturação de *O Globo* por Mário Filho após a morte de Irineu Marinho.

A transmissão das partidas pelo rádio também crescia e em 1944 a rádio Panamericana em São Paulo, buscando se diferenciar das concorrentes, apostou em uma programação dedicada exclusivamente aos esportes.

Os empresários da mídia esportiva continuavam faturando alto. No rádio, os patrocinadores garantiam salários altos para os locutores. No impresso, os grandes jornais do país passaram a dedicar um caderno exclusivo para os esportes e em 1962 a televisão captou pela primeira vez mais verbas que os outros veículos.

As TVs ficariam ainda mais fortes na década de 1980 com a aquisição dos direitos de transmissão das competições esportivas e o *merchandising* nos programas.

Para recuperar parte do espaço perdido para a TV e na busca por novos leitores, os jornais impressos contraíram dívidas na década de 1990 para a compra de rotativas e aumento dos parques gráficos. A imprensa brasileira na época era basicamente concentrada em dez famílias que detinham quase que a totalidade dos meios de comunicação no país: Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (*Folha de São Paulo*), Levy (*Gazeta Mercantil*), Marinho (Globo), Mesquita (*O Estado de São Paulo*), Nascimento Brito (*Jornal do Brasil*), Saad (Bandeirantes) e Sirotsky (Rede Brasil Sul).

A criação do *Lance!* em 1997 rompe com esse panorama, dominado por famílias tradicionais e grupos de capital fechado. O jornal foi o primeiro grande diário lançado no país depois de quase 20 anos e o primeiro projeto de mídia financiado integralmente por investidores ligados ao mercado financeiro (STYCER, 2009).

Com um ambicioso projeto de ter alcance nacional, o *Lance!* tinha duas sedes com rotativas próprias, um projeto gráfico comprado de uma empresa estrangeira e foi o primeiro jornal do Brasil publicado todo em cores e grampeado.

Em pouco tempo, o jornal viu seus principais concorrentes, jornais esportivos impressos e diário como a *Gazeta Esportiva*, em São Paulo, e o *Jornal dos Sport*, no Rio de Janeiro, perderem espaço e aproveitou a situação para em 2005, com menos de 10 anos do seu lançamento, se tornar um dos dez jornais mais vendidos em banca no país com uma média diária de 128 mil exemplares.

O *Lance!* foi criado dentro do contexto da reestruturação do futebol, processo esse que começou em 1970 e na década seguinte se expandiu a alguns países europeus, como Itália, Inglaterra e Espanha, pregando a transformação do esporte em um negócio rentável dentro da lógica do “futebol-empresa”.

Os tradicionais jornais esportivos europeus como a italiana *Gazzetta dello Sport* e o espanhol *Marca* serviram como inspiração para Walter de Mattos Junior, economista carioca que trabalhou em uma empresa de navegação e foi ex-executivo de *O Dia*.

O projeto gráfico do jornal, todo estrangeiro e elaborado pelo escritório catalão *Casi i Associats*, representou também uma mudança nos costumes da imprensa brasileira: o fim da primazia do texto sobre os demais elementos do jornal.

Junto ao projeto gráfico do jornal também foi definida uma característica importante e que se tornaria uma das marcas enunciativas de o *Lance!*: fazer um jornal dos torcedores, para cima. O leitor deveria ter a experiência de que o jornal estava sendo escrito para ele e para tal algumas estratégias foram adotadas como a utilização de apelidos para os atletas.

O *Lance!* foi um dos primeiros jornais do Brasil a incluir em sua equipe uma redação virtual com entrada para a internet. Como houve um atraso no lançamento do jornal impresso por falhas nas rotativas, a página da web do grupo (o *Lance!net*) começou a funcionar uma semana antes da estreia do jornal nas bancas.

Na primeira Copa do Mundo que teve a cobertura do jornal em 1998, um ano após o seu lançamento, o diário contava com receitas significativas de marketing que possibilitaram a impressão diária e distribuição gratuita do *Lance!* em Paris e arredores.

Na Copa seguinte, o jornal bateu seu recorde de vendas com a tiragem de 500 mil exemplares após a conquista do pentacampeonato pela seleção brasileira. No entanto, após o evento, com o negócio ainda dando prejuízo, os sócios desfizeram suas participações do jornal e Walter de Mattos Junior se tornou o único proprietário.

Em seus 17 anos de história, o *Lance!* fez a cobertura de cinco Copas do Mundo (1998, 2002, 2006, 2010 e 2014), principal evento de futebol do mundo assistido por

mais de 3 bilhões de pessoas do mundo, segundo a última expectativa do Ministério do Turismo do Brasil<sup>26</sup>.

Com a disputa da Copa do Mundo em solo brasileiro depois de 64 anos, o *Lance!* como principal diário esportivo impresso do país-sede preparou uma cobertura especial para a competição, que começou bem antes do início oficial da competição em 12 de junho e foi tema desse presente trabalho.

A pesquisa hemerográfica dos jornais desde o dia 10 de junho estruturada a partir de cada uma das fases da competição, além uma entrevista com o próprio Walter de Mattos Junior facilitaram a análise da cobertura jornalística de o *Lance!* durante a Copa do Mundo de 2014.

Para a competição, o jornal adotou um novo projeto gráfico que incluía a simplificação da diagramação até então existente e apostou nos artigos e colunas de opinião feitos por seus próprios jornalistas ou convidados para fugir da tradicional cobertura do dia seguinte ao jogo que costuma trazer apenas a crônica da partida, com um relato e o resultado. O diário também fez parcerias com jornais estrangeiros que publicavam de maneira colaborativa análises sobre as seleções de seus países de origem.

Como não há espaço para tratar da mesma forma todas as 32 seleções participantes, ao longo da competição o *Lance!* precisou privilegiar algumas equipes em detrimento a outras. Por se tratar de um jornal brasileiro feito para o público do país e com a Copa sendo disputada no Brasil, a seleção brasileira recebeu mais espaço e na maior parte dos casos, o espaço principal na capa. O resultado dentro de campo e o histórico das seleções em outras edições do evento também influenciou o espaço destinado a elas no jornal. Conforme as seleções iam sendo eliminadas, também diminuía o espaço delas no jornal. Uma seleção que também teve destaque nas páginas do jornal (e foi até o fim da competição) foi a Argentina. O *Lance!* explorou a rivalidade futebolística entre os países e fazia brincadeiras e gozações com o time de Messi

Um recurso bastante utilizado pelo jornal nessa cobertura foram os perfis de jogadores e membros ligados à comissão técnica dos países no formato “histórias de vida” em que uma grande estrela do futebol mundial tem sua trajetória de vida pessoal e profissional contada pelo jornal.

---

<sup>26</sup> Os dados oficiais não foram divulgados até a publicação desse trabalho.



Apesar do desafio proposto pelo próprio presidente do *Lance!* de se pensar matérias diferentes ao longo da competição, fugindo do factual, o jornal repete em um curto espaço de tempo pautas semelhantes como as que destacam o bom desempenho da dupla de zaga brasileira antes da competição e até o fim da fase de grupos.

Também foi interessante observar a mudança na forma como o jornal tratou a seleção brasileira durante o evento. No início, o jornal é bastante ufanista e exalta os jogadores e os integrantes da comissão técnica brasileira. Contudo, após a goleada por 7 a 1 para a Alemanha, o *Lance!* mudou de postura, passou a criticar duramente a equipe, o técnico Luiz Felipe Scolari e os dirigentes da CBF, atribuindo a eles grande parte da culpa pelo desempenho ruim nos dois últimos jogos do Mundial. O próprio Walter de Mattos Junior reconhece que o jornal deveria ter sido “um pouquinho mais crítico”<sup>27</sup> no início.

Ainda que esse trabalho tenha se proposto a analisar somente a cobertura jornalística da versão impressa do diário, pode-se perceber a preocupação do Grupo *Lance!* com as mudanças vividas pelo jornalismo nas últimas décadas sobretudo com a mídia impressa. Se o jornal surgiu de maneira pioneira aliando à redação tradicional com uma equipe para a internet, hoje o desejo em ser multimídia está ainda mais presente, com as versões digitais do diário, os aplicativos para dispositivos móveis, a TV *Lance!* e a presença nas redes sociais. Por tal razão, na entrevista com Walter de Mattos Junior, esse definiu a Copa de 2014 como a Copa da interatividade e do conteúdo colaborativo.

As mudanças pelas quais o jornalismo vem passando nos últimos anos implicam em novos desafios para a mídia esportiva brasileira, sobretudo os jornais impressos, que encontram cada vez mais dificuldades para se manter. Nesse caso, a história do *Lance!* é peculiar e merece atenção como o principal diário impresso esportivo do país. Desde a sua criação, o jornal se mostrou uma experiência jornalística diferente fugindo ao modelo familiar dominante até então nos meios de comunicação do país. E passados quase vinte anos após seu lançamento e praticamente sem concorrente no jornalismo impresso esportivo, o *Lance!* procura se atualizar para se manter competitivo diante desse novo cenário. A experiência do jornal no campo esportivo brasileiro é única e, portanto, essa pesquisa não merece se esgotar por aqui. Ela merece ser complementada e ampliada pelo meio acadêmico, que pode inclusive ampliar a linha de atuação,

---

<sup>27</sup> Em entrevista concedida à autora

estendendo a análise para as outras edições e anos do diário ou mesmo sobre as outras plataformas do Grupo *Lance!*. Certamente, há uma rica gama de opções a serem exploradas e novas descobertas serão feitas ajudando no desenvolvimento do campo do jornalismo esportivo no país.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Fátima. *Com brasileiro não há quem possa – futebol e identidade nacional em José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues*. São Paulo: Editora Unesp, 2004, 301 p.

AQUINO, Rubim Santos Leão de. *Futebol, uma paixão nacional*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002, 205p.

BARBEIRO, Heródoto e RANGEL, Patrícia. *Manual do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2006, 192p.

BORELLI, Viviane. *Cobertura midiática de acontecimentos esportivos: uma breve revisão de estudos*. In: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001, Campo Grande, 15 p.

\_\_\_\_\_. *O esporte como uma construção específica no campo jornalístico*. In: Congresso Brasileiro da Comunicação, 2002, Salvador, 22 p.

CAMARGO, Carla de Toledo. *As torcidas e os torcedores no Lance!*. Monografia apresentada no curso de Jornalismo da ECO/UFRJ. Orientadora: Professora Doutora Ilana Strozenberg, Rio de Janeiro, 2007, 54 p.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2004, 120 p.

CURY, Eloise Pereira. *Valores sociais do esporte espetáculo – Perspectiva dos membros da Comissão Organizadora da Copa do Mundo de Futebol 2014, cidade sede Curitiba*. Monografia apresentada no curso de Educação Física da Universidade Tuiuti. Orientadora: Euza Cagnato, Curitiba, 2011, 49 p.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo – Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005, 240 p.

DEL PRIORE, Mary; MELO, Victor Andrade de (orgs). *História do esporte no Brasil – Do império aos dias atuais*. São Paulo: Editora Unesp, 2009, 568 p.

ESCHER, Thiago de Aragão. *O futebol (tel)espetáculo como lazer: um exame sobre as manifestações do futebol brasileiro*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Orientadora: Professora Doutora Heloisa Helena Baldy dos Reis, Campinas, 2007, 115 p.

FRANCO JUNIOR, Hilário. *A dança dos deuses: futebol, sociedade e cultura*. São Paulo: Cia. das Letras, 2007. 472 p.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org). *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009, 120 p.

GIOVANNI, Geraldo di. “Mercantilização das práticas corporais: o esporte na sociedade de consumo de massa.” *Revista Gestão Industrial*, v.1, n.1, jan-mar, p.146-155.

GURGEL, Anderson. *O futebol no campo econômico: construção jornalística da Copa de 2002 como negócio*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP. Orientador: Professor Doutor José Luiz Aidar Prado, São Paulo, 2004, 132 p.

GUTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país*. São Paulo: Contexto, 2012, 265 p.

HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antonio Jorge. *Futebol, Jornalismo e Ciências Sociais: Interações*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011, 216 p.

HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Rio de Janeiro, Vozes: 1997, 136 p.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de; MELO, Victor Andrade. *O esporte na imprensa e a imprensa esportiva no Brasil*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2012, 212 p.

IANSON, Giselle de Mello Carvalho. *Os critérios de seleção de notícias: análise comparativa entre o Jornal Nacional e a Folha de São Paulo*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Orientador: Professor Doutor Laan Mendes de Barros, São Paulo, 2010, 103 p.

KFOURI, Juca. “Jornalismo esportivo”. In: Série Estudos. Secretaria Especial de Comunicação Social. Prefeitura do Rio. Rio de Janeiro: Imprensa da Cidade, 2004, n.11

LEONCINI, Marvio Pereira; SILVA, Márcia Terra da. *Entendendo o futebol como um negócio: um estudo exploratório*. Gestão e produção. V.12, n.1, p 11-23, jan-abr.2005.

LOPES, Maria Immacolato Vassalo. *Pesquisa em Comunicação - Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola, 2012, 176 p.

LOURENÇO, Rafael de Oliveira. *Esporte, entretenimento e espetáculo – As narrativas do futebol na cobertura jornalística da Copa do Mundo de 2010*. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Orientador: Professor Doutor Luís Mauri Sá Martino, São Paulo, 2012, 132 p.

\_\_\_\_\_. *A evolução da sociedade do espetáculo e as dimensões da representação do futebol no Brasil: a Copa de 70 e a contemporaneidade*. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2011, São Paulo, 15 p.

LOVISOLO, Hugo. “Saudoso futebol, futebol querido: a ideologia da denúncia”. In: HELAL, Ronaldo, SOARES, Antonio Jorge, LOVISOLO, Hugo. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.

MARQUES, José Carlos. *O futebol em Nelson Rodrigues*. São Paulo: Educ/Fapesp, 2000, 212 p.

MOREIRA, Fabiane Barbosa. *Os valores-notícias no jornalismo impresso: análise das características substantivas das notícias nos jornais Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo e O Globo*. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação e Comunicação e Informação da UFRGS. Orientador: Professora Doutora Karla Maria Muller, Porto Alegre, 2006, 157 p.

MELLO, Victor Andrade de. *Cidade Sportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

PEREIRA, Leonardo Afonso de Miranda. *Footballmania, uma história social do futebol no Rio de Janeiro, 1902-1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000, 374 p.

PEREIRA, Adenilson Ostenil; VAROTO, Fernando Azeredo. “Futebol Espetáculo: A influência da mídia nos padrões sociais de alunos do gênero masculino de duas escolas do ensino público da cidade de Bebedouro/SP”. *Revista EPeQFafibe* (on-line), vol.1, suplemento 1, 2011, 12 p.

PILATTI, Luiz Alberto. “A lógica da produção do espetáculo: o esporte inserido na indústria do entretenimento.” *In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 2006, 18 p.

PRONI, Marcelo Weishaupt. *A metamorfose do futebol*. Campinas: Unicamp, 2000, 272 p.

\_\_\_\_\_. *Esporte-espetáculo e futebol-empresa*. Tese apresentada à Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas. Orientador: Professor Doutor Ademir Gebara, Campinas, 1998, 275 p.

RABÊLO, Luiz Augusto Figueiredo. *A Copa do Mundo 2006 como um espetáculo midiático – Um estudo do caso da cobertura do maior evento futebolístico mundial pela Rede Globo de Televisão à luz das Teorias da Comunicação*. Monografia apresentada ao curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte (UNI-BH). Orientador: Professor Luiz Ademir de Oliveira, Belo Horizonte, 2006, 82 p.

RIBAS, Lycio Vellozo. *O mundo das Copas*. São Paulo: Lua de Papel, 2010, 586 p.

RIBEIRO, André. *Os donos do espetáculo - História da imprensa esportiva no Brasil*. São Paulo: Terceiro Nome, 2007, 328 p.

RUBIO, Katia. “O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo”. *Universidad de Barcelona. Revista Electronica de Geografía y Ciencias Sociales*. Vol. VI, num 119, 2002.

SANFELICE, Gustavo Roesse; HATJE, Marli; CARVALHO, Sérgio. “Características e valores veiculados em programas esportivos de televisão.” *Revista Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física*. v.6, Santa Maria: UFSM, 2001.

SCHMITZ FILHO, Antonio Guilherme. *Jornalismo esportivo na Copa de 1998 – Uma tentativa de análise crítica das críticas*. Dissertação apresentada no PPGCOM-ECO/UFRJ. Orientador: Professor Doutor Luiz Osório Cruz Portela, Rio de Janeiro, 1999, 195 p.

SILVEIRA, Nathália Ely da. *Jornalismo esportivo: conceitos e práticas*. Monografia apresentada no curso de Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. Orientador: Professora Doutora Sandra de Deus, Porto Alegre, 2009, 92 p.

SIMSON, Vyv; JENNINGS, Andrew. *Os senhores dos anéis: poder, dinheiro e drogas nas Olimpíadas Modernas*. São Paulo: Best Seller, 1992, 355 p.

STYCER, Mauricio. *História do Lance! - Projeto e Prática do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2009, 320 p.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2012, 224 p.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012, 298p.

### **Entrevista:**

Entrevista realizada pela autora com Walter de Mattos Junior em 27/10/2014

### **Sites**

*O que são debêntures*. Disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/renda-fixa/o-que-sao-debentures.aspx?Idioma=pt-br>. Acesso em 26/08/2014

*Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano*. Disponível em <http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>. Acesso em 24/08/2014

*Perfil dos leitores do Lance!* Disponível em [http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia\\_impressa.pdf](http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia_impressa.pdf) Acesso em 20/08/2014

*O fenômeno da Copa do Mundo*. Disponível em <http://www.brasile scola.com/educacao-fisica/historia-da-copa-do-mundo.htm> Acesso em 26/09/2014

*Fifa deve arrecadar R\$ 10 bilhões com a Copa do Mundo de 2014*. Disponível em <http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,fifa-deve-arrecadar-r-10-bilhoes-com-a-copa-do-mundo-de-2014,1012697> Acesso em 27/09/2014

*Copa baterá recorde de audiência e de arrecadação com publicidade na TV*. Disponível em <http://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2014/05/21/copa-batera-recorde-de-audiencia-e-de-arrecadacao-com-publicidade-na-tv.htm> Acesso em 29/09/2014

*Entenda como funciona a transmissão de jogos da Copa do Mundo*. Disponível em <http://www.ebc.com.br/esportes/copa/2014/06/entenda-como-funciona-a-transmissao-de-jogos-da-copa-do-mundo> Acesso em 30/09/2014

*CBF terá dobro de patrocínios e recorde de arrecadação*. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/02/1419101-cbf-tera-dobro-de-patrocínios-e-recorde-de-arrecadacao.shtml> Acesso em 29/09/2014

*Jornal Marca sai de campo*. Disponível em <http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2012/11/07/Jornal-Marca-sai-de-campo.html> Acesso em 09/11/2014.

*Fotos: Copa do Mundo é no Lance! Veja todas as capas do Mundial no Brasil*

Disponível em: [http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Capas-Copa\\_5\\_1162133778.html](http://www.lancenet.com.br/copa-do-mundo/Capas-Copa_5_1162133778.html). Acesso em 09/11/2014.

O futebol é fogo de palha: a “profecia” de Graciliano Ramos. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd10/palha1.htm> Acesso em 09/11/2014.

### **Referências hemerográficas:**

Lance! Rio de Janeiro, 23 de abril de 2014. 28 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 10 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 11 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 12 de junho de 2014. 42 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 13 de junho de 2014. 48 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 14 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 16 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 17 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 20 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 21 de junho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 22 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 23 de junho de 2014. 44 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 24 de junho de 2014. 48 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 25 de junho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 26 de junho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 27 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 28 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 29 de junho de 2014. 44 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 30 de junho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 1º de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 2 de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 4 de julho de 2014. 40 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 7 de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 8 de julho de 2014. 34 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 9 de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 10 de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 11 de julho de 2014. 36 p.  
Lance! Rio de Janeiro, 12 de julho de 2014. 36 p.

Lance! Rio de Janeiro, 13 de julho de 2014. 36 p.

Lance! Rio de Janeiro, 14 de julho de 2014. 40 p.



## 7 ANEXOS

### Anexo 1 – Tabelas

#### Perfil do público-leitor do *Lance!*






<b>Sexo dos Leitores</b>	<b>2001</b>	<b>2005</b>	<b>2013</b>
Masculino	88%	89%	92%
Feminino	12%	11%	8%
<b>Classe Econômica</b>	<b>2001</b>	<b>2005</b>	<b>2013</b>
A	9%	14%	8%
B	48%	41%	51%
C	35%	37%	39%
D	8%	8%	2%
<b>Faixa Etária</b>	<b>2001</b>	<b>2005</b>	
10 a 14 anos	16%	5%	
15 a 19 anos	26%	23%	
20 a 29 anos	26%	37%	
30 a 39 anos	19%	19%	
Mais de 40 anos	13%	17%	







<b>Faixa Etária</b>	<b>2013</b>
<b>10 a 17 anos</b>	13%
<b>18 a 39 anos</b>	62%
<b>40 e mais anos</b>	25%

Fonte: Disponível em [http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia\\_impressa.pdf](http://hotsites.lancenet.com.br/midiakit/wp-content/uploads/2014/04/midia_impressa.pdf) e STYCER, Mauricio. *História do Lance! - Projeto e Prática do Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2009, 320 p.







Anexos 1 – Tabelas







Tabela da Copa do Mundo







GRUPO A				
 Brasil	12 jun 17h	Brasil 3	x 1	Croácia
 Croácia	13 jun 13h	México 1	x 0	Camarões
 México	17 jun 16h	Brasil 0	x 0	México
 Camarões	18 jun 19h	Camarões 0	x 4	Croácia
 Camarões	23 jun 17h	Camarões 1	x 4	Brasil
 Camarões	23 jun 17h	Croácia 1	x 3	México
				Recife*



GRUPO B				
 Espanha	13 jun 16h	Espanha 1	x 5	Holanda
 Holanda	13 jun 19h	Chile 3	x 1	Austrália
 Chile	18 jun 13h	Austrália 2	x 3	Holanda
 Chile	18 jun 16h	Espanha 0	x 2	Chile
 Austrália	23 jun 13h	Austrália 0	x 3	Espanha
 Austrália	23 jun 13h	Holanda 2	x 0	Chile
				São Paulo






GRUPO C				
 Colômbia	14 jun 13h	Colômbia 3	x 0	Grécia
 Grécia	14 jun 22h	Costa do Marfim 2	x 1	Japão
 Costa do Marfim	19 jun 13h	Colômbia 2	x 1	Costa do Marfim
 Costa do Marfim	19 jun 19h	Japão 0	x 0	Grécia
 Japão	24 jun 17h	Japão 1	x 4	Colômbia
 Japão	24 jun 17h	Grécia 2	x 1	Costa do Marfim
				Fortaleza

GRUPO D				
 Uruguai	14 jun 16h	Uruguai 1	x 3	Costa Rica
 Costa Rica	14 jun 19h	Inglaterra 1	x 2	Itália
 Inglaterra	19 jun 16h	Uruguai 2	x 1	Inglaterra
 Itália	20 jun 13h	Itália 0	x 1	Costa Rica
 Itália	24 jun 13h	Itália 0	x 1	Uruguai
 Itália	24 jun 13h	Costa Rica 0	x 0	Inglaterra
				Belo Horizonte

GRUPO E				
 Suíça	15 jun 13h	Suíça 2	x 1	Equador
 Equador	15 jun 16h	França 3	x 0	Honduras
 França	20 jun 16h	Suíça 2	x 5	França
 França	20 jun 19h	Honduras 1	x 2	Equador
 Honduras	25 jun 17h	Honduras 0	x 3	Suíça
 Honduras	25 jun 17h	Equador 0	x 0	França
				Rio de Janeiro

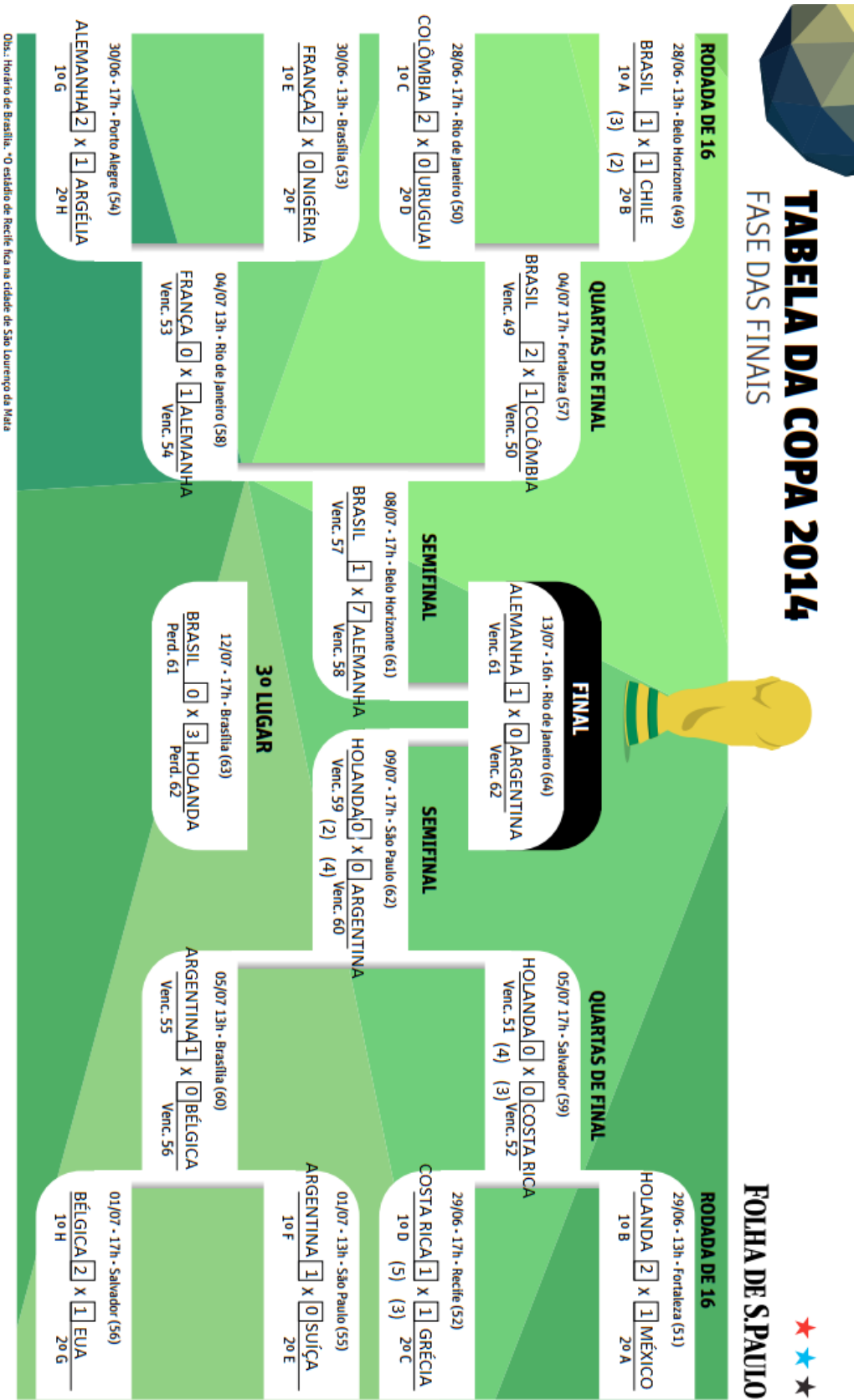
GRUPO F				
 Argentina	15 jun 19h	Argentina 2	x 1	Bósnia
 Irã	16 jun 16h	Irã 0	x 0	Nigéria
 Bósnia	21 jun 13h	Argentina 1	x 0	Irã
 Irã	21 jun 19h	Nigéria 1	x 0	Bósnia
 Nigéria	25 jun 13h	Nigéria 2	x 3	Argentina
 Nigéria	25 jun 13h	Bósnia 3	x 1	Irã
				Salvador

GRUPO G				
 Alemanha	16 jun 13h	Alemanha 4	x 0	Portugal
 Portugal	16 jun 19h	Gana 1	x 2	Estados Unidos
 Gana	21 jun 16h	Alemanha 2	x 2	Gana
 Estados Unidos	22 jun 19h	Estados Unidos 2	x 2	Portugal
 Estados Unidos	26 jun 13h	Estados Unidos 0	x 1	Alemanha
 Estados Unidos	26 jun 13h	Portugal 2	x 1	Gana
				Brasília

GRUPO H				
 Bélgica	17 jun 13h	Bélgica 2	x 1	Argélia
 Rússia	17 jun 19h	Rússia 1	x 1	Coreia do Sul
 Rússia	22 jun 13h	Bélgica 1	x 0	Rússia
 Coreia do Sul	22 jun 16h	Coreia do Sul 2	x 4	Argélia
 Coreia do Sul	26 jun 17h	Coreia do Sul 0	x 1	Bélgica
 Coreia do Sul	26 jun 17h	Argélia 1	x 1	Rússia
				Curitiba

Anexo 1 – Tabelas

Tabelas da Copa do Mundo



## Anexo 2 – Capas

Capa do Jornal Lance! no dia 8 de julho indicada ao prêmio Esso na categoria “Primeira Página”



## Anexo 2 – Capas

Capa do Jornal Lance! no dia 9 de julho indicada ao prêmio Esso na categoria “Primeira Página”

